



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**  
**JORNALISMO**

**RADIOJORNALISMO E INTERNET:**  
**A REDE VIRTUAL COMO FONTE DE NOTÍCIAS NA RÁDIO CBN RIO**

**JÚLIA DO NASCIMENTO FARIA**

**Rio de Janeiro**  
**2010**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**  
**JORNALISMO**

**RADIOJORNALISMO E INTERNET:**  
**A REDE VIRTUAL COMO FONTE DE NOTÍCIAS NA RÁDIO CBN RIO**

Monografia submetida à Banca de Graduação como  
requisito parcial para obtenção do diploma de  
Comunicação Social, habilitação em  
Jornalismo.

**JÚLIA DO NASCIMENTO FARIA**

**Orientador: Prof. Dr. Fernando Antônio Mansur Barbosa**

**Rio de Janeiro**  
**2010**

## **FICHA CATALOGRÁFICA**

FARIA, Júlia do Nascimento.

Radiojornalismo e Internet: a rede virtual como fonte de notícias na Rádio CBN Rio. Rio de Janeiro, 2010.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientador: Fernando Antônio Mansur Barbosa

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinalada, avalia a monografia **Radiojornalismo e Internet: a rede virtual como fonte de notícias na Rádio CBN Rio**, elaborada por Júlia do Nascimento Faria.

Monografia examinada:  
Rio de Janeiro, no dia 16 / 12 / 2010.

Comissão Examinadora

---

Orientador: Prof. Dr. Fernando Antônio Mansur Barbosa  
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ  
Departamento de Expressão e Linguagens – ECO/UFRJ

---

Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa  
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ  
Departamento de Expressão e Linguagens – ECO/UFRJ

---

Prof. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ  
Departamento de Expressão e Linguagens – ECO/UFRJ

**Rio de Janeiro  
2010**

FARIA, Júlia do Nascimento. **Radiojornalismo e Internet: a rede virtual como fonte de notícias na Rádio CBN Rio**. Orientador: Prof. Dr. Fernando Antônio Mansur Barbosa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo, 2010.

## **RESUMO**

Este trabalho se propõe a analisar a influência da Internet nas rotinas produtivas do radiojornalismo, verificando como os jornalistas de rádio utilizam a rede para acessar fontes de informação. O estudo parte da hipótese de que os jornalistas repetem com a Internet a mesma relação de busca já estabelecida com outros meios de comunicação, como jornais e televisão, e analisa se a checagem e a confirmação com as fontes são feitas antes de a notícia ser levada ao ar. Para desenvolver tal análise, foi feita uma pesquisa de campo na Rádio CBN Rio, uma das principais emissoras com conteúdo exclusivamente jornalístico no estado, a fim de acompanhar a produção de notas pelos redatores e apuradores, bem como a frequência com que os apresentadores veiculam mensagens enviadas por ouvintes.

Palavras-chave: Radiojornalismo. Internet. Rádio CBN.

## **Agradecimentos**

Aos meus pais, Juçara e Elson, pelo carinho, paciência e apoio.

Ao professor Fernando Mansur pela disponibilidade e generosa orientação.

Às amigas Camilla Muniz, Cinthia Pascueto e Luana de Freitas por toda ajuda e companheirismo nesses quatro anos de ECO.

Às futuras economistas Amanda Magalhães, Camila Magalhães e Louise Lacôrte pela valiosa amizade e por entenderem a minha escolha pelo Jornalismo.

A todos os amigos, professores e colegas de trabalho que contribuíram para a minha formação acadêmica e profissional.

## **Sumário**

### **1. INTRODUÇÃO**

### **2. A NOTÍCIA NO RÁDIO**

2.1 Primeiros passos do rádio e do radiojornalismo no Brasil

2.2 Era de ouro: o amadurecimento do rádio e das notícias

2.3 A reformulação: mudanças diante da chegada da TV

2.4 Da formação de redes via satélite ao rádio digital

### **3. CBN: A RÁDIO QUE TOCA NOTÍCIA**

3.1 A estrutura da informação no rádio

3.2 A Rádio CBN

### **4. A ANÁLISE**

4.1 Intervalos e CBN Rio

4.2 A apuração

### **5. CONCLUSÃO**

### **6. BIBLIOGRAFIA**

## 1. INTRODUÇÃO

Não raro, o fim de um meio de comunicação é decretado assim que um novo veículo surge. Entusiastas do rádio acreditaram que o surgimento da televisão acarretaria na morte do meio radiofônico. Assim como a ascensão e os avanços da Internet reacendem com frequência a discussão sobre o fim dos jornais impressos. Porém, conforme afirma Marshall McLuhan, “o novo ambiente reprocessa o velho” (1969). Ou seja, não vimos a morte do cinema, da mesma forma que o rádio e os jornais permanecem como importantes veículos de comunicação. Notamos, entretanto, que o advento do sonoro trouxe transformações à imagem fílmica, assim como a TV levou a modificações na programação do rádio e a Internet ainda implica adaptações por parte da mídia impressa. A ascensão de um novo meio leva, portanto, a reformulações no meio predecessor. Os meios não se substituem. Eles se somam, em um processo que beneficia o público consumidor de informação. Do mesmo modo, o fazer jornalístico é constantemente renovado pelos avanços tecnológicos. Atualmente, as discussões se voltam para a reconfiguração do jornalismo diante da evolução da Internet e do advento de novas tecnologias digitais.

Tal debate não poderia ser excluído quando falamos em radiojornalismo. O rádio é um eficaz meio de comunicação que, embora não ocupe mais o lugar de destaque na sala de casa, é o companheiro no carro, nos ônibus, na cozinha, no banheiro, no bolso, em estabelecimentos comerciais e consultórios médicos. O veículo, que resgata a oralidade — uma das características mais básicas da humanidade —, abre uma janela para o mundo. A baixo custo, leva diversão e informação às mais distantes regiões. Apesar de não ter a credibilidade da imagem, o rádio sugestiona a audiência, que é levada a criar mentalmente uma imagem visual. Ao mexer com o imaginário do ouvinte, o veículo cria uma relação de proximidade e um sentido de participação.

O jornalismo, por sua vez, sempre esteve presente no rádio e cresceu em importância, sobretudo, a partir dos anos 1940, quando a Segunda Guerra Mundial gerou uma crescente demanda por informações atualizadas. De acordo com as lembranças de Mário Lago, ao fim do conflito, eram “raras as casas onde, à noite, não sobrasse uma luz acesa: centenas de milhões de pessoas dispensando as horas de sono, olhos abertos, ouvido querendo entrar pelo rádio, onda larga, média, curta, por qualquer frequência poderia vir a bomba” (LAGO apud CALABRE, 2005, p.31). Desde então, e até os dias de hoje, o noticiário radiofônico passou por diversas modificações motivadas, em geral, pelo



desenvolvimento de novas tecnologias.

O gravador magnético trouxe mais agilidade ao rádio, possibilitando a introdução de sonoras. Estas, ao reproduzirem a linguagem coloquial, permitiram aos poucos a absorção de marcas da oralidade nos textos lidos pelo locutor. Já o telefone celular facilitou as reportagens externas, trazendo mais dinamismo ao radiojornalismo. Atualmente, os computadores e a Internet remodelam e trazem desafios ao sistema de produção de notícias no rádio. Com a *web*, os jornalistas ganharam mais uma fonte para busca de informações. Os profissionais passaram a ter acesso a diversas agências de notícia e páginas on-line de importantes jornais, o que facilitou o processo de busca por notícias.

Todavia, a facilidade deve ser vista com cuidados. O material visualizado na Internet, quando publicado por veículos de comunicação concorrentes, já passaram por critérios de seleção relacionados à política interna de tais empresas. O desafio que se coloca ao jornalista é, então, encontrar na *web* informação confiável e de qualidade em pouco tempo. Partimos, portanto, da hipótese de que os jornalistas de rádio repetem com a Internet a mesma relação de busca já estabelecida com outros meios de comunicação, como a televisão e os jornais impressos. A partir desta questão, buscamos verificar se, diante da necessidade de suprir a instantaneidade e a rapidez do rádio, os profissionais adotam algum procedimento de checagem antes de levar ao ar o conteúdo visualizado na Internet. Para perceber essa tendência no conteúdo veiculado pela Rádio CBN Rio, selecionaremos dois períodos de cinco dias cada em que analisaremos quantitativa e qualitativamente o material noticiado pela emissora que não passa pelo crivo do editor de texto — valorizando, assim, a instantaneidade do rádio. Excluiremos, portanto, as reportagens consolidadas para nos centrar nas notas de informação.

Nosso estudo foi motivado, além das reflexões acadêmicas, por nossa própria percepção frente ao radiojornalismo, tanto por meio do consumo das notícias radiofônicas, quanto pela experiência por trás dos microfones. Ao acompanhar o dia-a-dia da redação, notamos que a Internet está inserida na rotina dos profissionais, servindo como acesso a diferentes fontes de informação. Observamos ainda que, apesar da relevância, são poucas as pesquisas que relacionam o uso da *web* pelos jornalistas de rádio no Brasil. Como a opção pelo objeto de estudo foi feita em função de um período de estágio na emissora, optamos por tratar a análise na primeira pessoa do plural, vista a proximidade e convivência com o objeto de pesquisa.

Para desenvolver o estudo, acompanharemos como os radiojornalistas usam a

Internet para acessar diferentes fontes de informação na Rádio CBN Rio. Inicialmente, vamos analisar os intervalos locais, conhecidos como *breaks* no jargão da emissora, que vão ao ar no horário da manhã, entre 6h e 9h30. Nossa opção pelos intervalos da manhã foi feita considerando-se que no mesmo período é apresentado para a rede de emissoras o programa de maior audiência da Rádio CBN, o Jornal da CBN Primeira Edição. Ainda pela manhã, acompanhamos o programa CBN Rio, que vai ao ar entre 9h30 e meio-dia, e abrange notícias e entrevistas relacionadas à cidade e ao estado do Rio de Janeiro. Nos intervalos locais e no noticiário do Rio de Janeiro, observaremos as notas lidas pelo apresentador, buscando identificar de onde as mesmas são extraídas. Acompanharemos ainda a frequência com que são lidas mensagens enviadas por ouvintes.

Em seguida, vamos monitorar a produção de notícias na apuração da Rádio CBN Rio. O repórter encarregado da função de apurador tem à disposição telefones, computadores e aparelho de TV. Esse repórter é, na maioria das vezes, o primeiro a ter conhecimento dos fatos que ocorrem na cidade. Afinal, fica a cargo dele fazer a chamada ronda da apuração, em que são contatados delegacias, batalhões da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros. Além disso, é pelos telefones da apuração que chegam denúncias e queixas de ouvintes. Assim, vamos observar durante cinco dias como o apurador encontra informações e quais os critérios de noticiabilidade adotados pelo profissional para definir o que será divulgado na emissora. Também observaremos de que forma a Internet exerce influência sobre tais critérios. Nosso recorte temporal compreende cinco dias úteis, no horário entre 13h e 20h. O horário foi escolhido considerando-se que no turno vespertino há um rodízio diário de profissionais na função de apurador, enquanto no período da manhã, uma única profissional exerce a função durante todos os dias do mês. Não consideramos também os finais de semana, quando os turnos de trabalho são maiores e a produção de notícias decai.

Desta forma, nos limites deste trabalho, buscamos mostrar como, diante dos avanços tecnológicos, o radiojornalismo evoluiu ao longo da história e como atualmente a informação radiofônica é influenciada pelo uso da Internet.

No primeiro capítulo, vamos acompanhar um breve histórico do radiojornalismo brasileiro. As notícias sempre estiveram presentes no meio radiofônico, desde o surgimento da primeira emissora regular no Brasil, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, e assim como o veículo, os noticiários também experimentaram mudanças ao longo do tempo. Enquanto as emissoras de rádio tinham ainda um caráter amador, o radiojornalismo passava por

experiências iniciais que se resumiam à leitura de manchetes dos jornais impressos. Conforme as emissoras ganhavam um tom comercial, os noticiários radiofônicos se desenvolveram e criaram uma linguagem particular. Mais tarde, com a evolução da eletrônica, o imediatismo e a mobilidade, características marcantes do rádio, foram valorizados. O rádio passou por uma segmentação e emissoras especializadas em jornalismo, como a Rádio CBN, foram criadas. Portanto, para relacionarmos a influência da Internet com a rotina de produção do radiojornalismo, é importante analisar como o noticiário radiofônico evoluiu ao longo do tempo. Para acompanhar essa evolução, nosso estudo se ampara em autores como Sônia Moreira, Lia Calabre e Gisela Ortriwano.

No segundo capítulo, buscamos compreender a relação entre as características do rádio como meio de comunicação e a estrutura da notícia radiofônica, com base em autores como Emílio Prado e Maria Elisa Porchat. O veículo prioriza a instantaneidade e a rapidez e, portanto, precisa de uma linguagem específica, em que predominam a clareza, a simplicidade e a linearidade. Além disso, nos dedicamos a aprofundar nosso conhecimento sobre o objeto de estudo em questão, acompanhando a história da Rádio CBN, bem como as características da programação da emissora.

Dedicamos nosso último capítulo à análise quantitativa e qualitativa do conteúdo veiculado nos noticiários locais da Rádio CBN, de forma a perceber como a Internet influencia a rotina de trabalho dos profissionais de rádio, em especial aqueles que produzem material que vai direto ao ar e cujo texto não passa pela supervisão do chefe de reportagem. Para isso, nossa pesquisa toma como base autores como Nélia Del Bianco e Lenize Villaça.

Assim, dentro das limitações de um trabalho monográfico, pretendemos contribuir com a produção acadêmica sobre os estudos de radiojornalismo, com um enfoque especial para a influência da Internet — mídia que traz reformulações ao cenário comunicacional. Esperamos ainda que nossas considerações colaborem para um entendimento e aprimoramento do fazer jornalístico, indicando a importância dos estudos acadêmicos para um bom exercício da profissão.

## **2. A NOTÍCIA NO RÁDIO**

O rádio é um veículo de comunicação que resgata uma das características primárias da condição humana: a oralidade. Por meio dele, as mensagens ganham alto poder de abrangência, dado o baixo custo de transmissão e a capacidade de transpor barreiras geográficas e sociais. Assim, o rádio se configura como um poderoso meio de comunicação de massa que leva ao público entretenimento e informação.

As notícias se inseriram no rádio brasileiro desde o surgimento da primeira emissora regular do país, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, quando os noticiários radiofônicos se resumiam à leitura e ao comentário das manchetes dos jornais impressos. A partir da década de 40, quando as emissoras passaram a ter um caráter mais comercial, o radiojornalismo cresceu e desenvolveu uma linguagem particular. Surgiram o Grande Jornal Falado Tupi e o famoso Repórter Esso — a “testemunha ocular da história”.

Mais tarde, com a evolução dos equipamentos eletrônicos, o rádio ganhou mais versatilidade, valorizando características como imediatismo e mobilidade. As emissoras começaram a se especializar e formatos jornalísticos diferenciados passaram a ser experimentados. A segmentação pela qual o rádio passou em meados dos anos 1980 resultou no aparecimento das rádios *all news*, como a Rádio CBN, com conteúdo voltado exclusivamente às notícias.

Ainda hoje, após o surgimento da televisão e da Internet, o jornalismo de rádio se mantém, embora as rotinas de produção tenham sofrido mudanças, influenciadas sobretudo pelo advento dos computadores e da *web*. Entretanto, para analisarmos a relação estabelecida entre a Internet e as rotinas de produção do jornalismo desenvolvido na Rádio CBN Rio, é preciso antes acompanhar um breve retrospecto da evolução do radiojornalismo brasileiro desde a chegada do rádio ao Brasil.

### **2.1 Primeiros passos do rádio e do radiojornalismo no Brasil**

A inauguração oficial do rádio no Brasil ocorreu no centenário da Independência Brasileira, em 1922. Na época, o país desejava desvincular-se definitivamente do passado colonial e mostrar-se ao mundo como moderno e desenvolvido. Na cidade do Rio de Janeiro, então capital federal, foram construídos pavilhões para instalação de parte da Exposição Nacional destinada a comemorar a data. Em sete de setembro, durante a abertura da exposição, a população pode ouvir o discurso do então presidente da República

Epitácio Pessoa — em uma transmissão radiofônica que entrou para a história como a primeira do país.

Um transmissor de 500 watts, instalado no alto do Corcovado, no Rio de Janeiro, distribuiu o sinal de rádio para 80 receptores espalhados por pontos estratégicos da cidade e em São Paulo, Niterói e Petrópolis. Além do discurso de Epitácio Pessoa, alto-falantes reproduziram a ópera O Guarani, de Carlos Gomes, como registrou a imprensa da época:

À noite, no recinto da Exposição, em frente ao posto de Telephone Público, por meio do telephone auto-falante, a multidão teve uma sensação inédita. A ópera Guarany, de Carlos Gomes, que estava sendo cantada no Theatro Municipal, foi alli, distintamente ouvida bem como os applausos aos artistas.<sup>1</sup>

No ano seguinte, surgiu a primeira emissora de rádio regular no Brasil, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, criada em 20 de abril de 1923 por Edgard Roquette-Pinto e Henrique Morize. A capacidade técnica da radiodifusão de transpor barreiras sociais e geográficas atendia aos desejos dos entusiastas do rádio brasileiro, ligados principalmente à divulgação da cultura e da ciência. Assim, a programação da Rádio Sociedade, que nasceu com uma missão educativa, era composta por palestras, óperas e recitais de poesia.

Nesse período, o rádio tinha um caráter amador e educativo. A exemplo da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, outras emissoras surgiram pelo Brasil. Eram chamadas rádios-sociedades pois nasciam da associação de pessoas que acreditavam no potencial do rádio e contribuíam para a existência das emissoras por meio de mensalidades. De acordo com Moreira (1991), as rádios Club do Brasil, Educadora e Mayrink Veiga também operaram com esse tipo de recurso durante boa parte dos anos 1920.

As dificuldades financeiras, no entanto, eram grandes. Os anúncios pagos eram oficialmente proibidos e havia ainda uma desconfiança por parte dos anunciantes quanto à eficácia do rádio como veículo de publicidade. Outro obstáculo para que as emissoras adquirissem caráter comercial e se popularizassem era o alto custo dos aparelhos receptores, que precisavam ser importados, limitando o rádio às elites.

Entretanto, segundo Calabre (2004), as emissoras de rádio, mesmo sem se afastar das elites, tentavam se aproximar do popular.

Um recurso muito utilizado era o de realizar transmissões especiais com a instalação de alto-falantes em lugares públicos, assim reunindo um

---

<sup>1</sup> Jornal A Noite, de 8 de setembro de 1922, citado por ORTIWANO, 2002, p.68.

grande número de ouvintes. Em 1927, em São Paulo, por exemplo, a Rádio Educadora Paulista, conhecedora do interesse de seus ouvintes pelos jogos de futebol, transmitiu do Rio de Janeiro para São Paulo uma partida do campeonato brasileiro entre paulistas e cariocas. [...] Era uma forma de atrair a atenção da população para as potencialidades do rádio. Em 1929, os aparelhos de rádio em São Paulo já passavam de 60 mil unidades. O hábito de ouvir rádio ia se consolidando (CALABRE, 2004, p. 16).

Nesse período, as experiências radiojornalísticas, assim como as primeiras rádios nacionais, tinham caráter amador. Edgard Roquette-Pinto, além de pioneiro com a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, foi responsável também por uma das experiências iniciais de radiojornalismo no Brasil, o Jornal da Manhã. Com um lápis vermelho, Roquette-Pinto destacava nos jornais impressos da manhã aquelas que considerava as principais notícias do dia para então comentá-las no ar. O formato do Jornal da Manhã, em que o apresentador lia e comentava manchetes da primeira página dos jornais sem atentar para a adequação da notícia ao veículo rádio, ficou conhecido como *gillette-press* — em alusão justamente ao mecanismo de recorte de notícias dos jornais — e foi adotado por diversos noticiários radiofônicos.

## **2.2 Era de ouro: o amadurecimento do rádio e das notícias**

Na passagem dos anos 1920 para os 1930, o rádio começou a ganhar um tom de profissionalização: empresas de radiodifusão eram formadas e as emissoras passavam a ter programação em todos os dias da semana. Em 1932, um decreto do governo de Getúlio Vargas regulamentou a transmissão dos anúncios, permitindo que 10% da programação fossem destinados à propaganda. Com o dinheiro obtido a partir da venda de espaço para propaganda, as emissoras podiam se equipar melhor e aumentar o quadro de funcionários.

De acordo com Moreira (1991), nessa mesma época, foi adotado o modelo de radiodifusão norte-americano, segundo o qual concessões de canais eram distribuídas a particulares, o que ajudou a reforçar a exploração comercial do rádio. Ao mesmo tempo, a queda nos custos dos aparelhos receptores atraiu mais ouvintes, aumentando a audiência do veículo. Era preciso, então, chamar atenção da nova audiência, sobretudo para conquistar anunciantes.

As emissoras de rádio passaram, assim, a transmitir programas humorísticos e músicas populares, formando elencos de artistas. “Com os apresentadores chamando ‘os nossos comerciais’, acabava o período de experimentação, a era inocente do rádio. A

concorrência começava por decreto” (JUNG, 2004, p. 21). O investimento dos grandes anunciantes incentivava o crescimento de programas de auditório, musicais e radionovelas e, na década de 40, profissionais como Paulo Tapajós e Ademar Casé destacavam-se no desenvolvimento de uma linguagem radiofônica singular.

Atrações de sucesso no rádio, consumo garantido dos produtos. Com base nessa premissa, os anunciantes estrangeiros mudaram o curso da programação do rádio comercial brasileiro: os programas eram criados a partir da relação cada vez mais sólida entre emissora e anunciante. Os artistas começaram a ser contratados, o cachê pago a cada apresentação torna-se um recurso ultrapassado e o rádio no País vive a sua fase de ouro — rico e influenciador dos hábitos e costumes de milhões de fascinados ouvintes (MOREIRA, 1991, p. 25).

A introdução da publicidade no rádio brasileiro influenciou também a produção do jornalismo radiofônico. Várias empresas de comunicação, tentadas a ampliar seus negócios, investiram no novo veículo: o grupo Jornal do Brasil lançou a Rádio JB sob o *slogan* “música e notícia” em 1935, mesmo ano em que os Diários Associados colocaram no ar a Rádio Tupi do Rio de Janeiro. O jornal O Globo assumiu a Rádio Transmissora do Rio de Janeiro, enquanto o grupo do jornal A Noite comprou a Rádio Phillips do Brasil, transformando-a em Rádio Nacional do Rio de Janeiro.

A partir de meados da década de 1930 e do início dos anos 1940, portanto, o setor de jornalismo ganhou maior importância nas emissoras brasileiras. Conforme esclarece Calabre (2005), o início da Segunda Guerra Mundial fez crescer o interesse por notícias imediatas, atualizadas, abrindo espaço para o desenvolvimento de noticiários mais dinâmicos e para o investimento de verbas nesse setor.

De acordo com Ortriwano, as notícias do *front* da Segunda Guerra precisavam ser divulgadas com rapidez e no quesito agilidade, o rádio saía na frente dos jornais impressos. “Nesse contexto surgem no Brasil os primeiros programas que, em sua evolução, serão os pilares de sustentação que darão origem ao radiojornalismo praticado até os nossos dias: o Repórter Esso e o Grande Jornal Falado Tupi” (ORTRIWANO, 2002-2003, p. 72). Os dois noticiários contribuíram para o desenvolvimento de uma linguagem jornalística adaptada ao rádio.

A primeira edição do *Repórter Esso* — famoso na história do jornalismo brasileiro — foi ao ar às 12 horas e 55 minutos do dia 28 de agosto de 1941, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro. O noticiário era produzido sob os padrões do radiojornalismo feito nos

Estados Unidos e redigido com base nas notícias distribuídas pela agência norte-americana United Press (UPI) por redatores da agência de publicidade McCann-Erickson, contratada pela Esso Standard Oil, patrocinadora do noticiário. O primeiro locutor carioca do radiojornal foi Romeu Fernandes, mas foi Herón Domingues que ficou conhecido como “a voz do Repórter Esso” por ter sido contratado mais tarde como locutor exclusivo do noticiário.

Posteriormente, o Repórter Esso foi produzido em outras cidades, além do Rio de Janeiro: São Paulo, Recife, Porto Alegre e Belo Horizonte, onde era transmitido pelas rádios Record (transferido depois para a Tupi), Jornal do Commercio, Farroupilha e Inconfidência, respectivamente. Ao escolher os principais centros urbanos para transmitir o noticiário, bem como as emissoras de maior audiência e alcance nas cidades vizinhas, a McCann-Erickson visava atingir a quase totalidade dos ouvintes brasileiros. Ao longo dos 27 anos em que esteve no ar, o Repórter Esso fez jus a seus dois *slogans*: “Testemunha ocular da história” e “O primeiro a dar as últimas”, informando o ouvinte em primeira-mão.

A agência McCann-Erickson tentou estabelecer também um padrão entre as rádios que transmitiam o Repórter Esso: cada uma das quatro edições diárias do noticiário deveria ter cinco minutos de duração e seria apresentada sempre de forma pontual. A padronização foi imposta também à produção do noticiário, cujo caráter deveria ser estritamente informativo. “As notícias deveriam ser apresentadas no noticiário de forma sucinta, priorizando a informação (data, local, principais envolvidos). O locutor não deveria expressar sua opinião pessoal, mas se restringir a noticiar o fato” (CALABRE, 2005, p. 35).

Klöckner, por sua vez, confirma a atuação do Repórter Esso como elemento transformador do radiojornalismo brasileiro. “Com o noticioso, foi implantado o lide; a objetividade; a exatidão; o texto sucinto, direto, vibrante; a pontualidade; a noção do tempo exato de cada notícia; aparentando imparcialidade e contrapondo-se aos longos jornais falados da época” (KLÖCKNER, 2001, p.1).

O famoso locutor do Repórter Esso Herón Domingues destacou-se ainda na organização de uma redação pioneira de radiojornalismo. A redação foi implantada na Rádio Nacional, em 1948, e recebeu o nome de Seção de Jornais Falados e Reportagens. Segundo Moreira, a redação representou a organização de um sistema de equipe.



A Seção de Jornais Falados e Reportagens fundada por Herón Domingues na Rádio Nacional organizou, pela primeira vez, um sistema de equipe (um chefe, quatro redatores e um colaborador do noticiário parlamentar), rotina e hierarquia peculiares a uma redação de jornalismo radiofônico. No mesmo texto inédito<sup>2</sup>, ele [Herón Domingues] registra que 'em 1950, a Rádio Nacional, através do seu setor raadiojornalístico, acompanhou os grandes órgãos da imprensa, em pé de igualdade, na cobertura do período pré e pós-eleitoral. Foi quando definitivamente se consolidou o conceito de reportagem radiofônica' (MOREIRA, 1991, p. 28).

Outro noticiário emblemático na história do radiojornalismo brasileiro foi o Grande Jornal Falado Tupi, que, assim como o Repórter Esso, indicava a preocupação com uma linguagem específica para o rádio. A primeira edição do radiojornal foi ao ar às 22 horas do dia 3 de abril de 1942 na Rádio Tupi de São Paulo. O noticiário foi criado por Coripeu de Azevedo Marques e Armando Bertoni e tinha uma hora de duração diária, com uma programação voltada para informações de interesse popular e para a valorização do município.

O Grande Jornal Falado Tupi nasceu, porém, do aperfeiçoamento do Jornal Falado Tupi, criado em 1939, por Auriphebo Simões. O Grande Jornal tinha a participação de quatro locutores — Alfredo Nagib, Mota Neto, Auriphebo Simões e Ribeiro Filho — na estratégia de oferecer ao ouvinte mais agilidade na transmissão da informação. Apesar da preocupação com uma linguagem mais radiofônica, o formato do Grande Jornal Falado Tupi ainda herdou influências do jornal impresso, criando um modelo reproduzido ainda hoje.

*O Grande Jornal Falado Tupi* reproduzia, assim, a estrutura comum à imprensa escrita. No início, a identificação do noticiário com o cabeçalho de um periódico impresso. Depois, com a marcação da sonoplastia, as manchetes a reproduzir a capa de um jornal. Seguiam-se as notícias agrupadas em blocos — política, economia, esportes... — tal qual faziam os diários com suas editoras (FERRARETTO apud YUNG, 2004, p. 28 – 29).

No período em que chegaram ao ar o Repórter Esso e o Grande Jornal Falado Tupi, na década de 40, a mensagem chegava ao ouvinte mais clara, sintética e objetiva. Afinal, diante da necessidade de transmitir o máximo de informação em pouco tempo, eram escritos textos específicos para serem ditos, o que coibia o improviso. Além disso, no Estado Novo até 1945, a improvisação estava proibida por decreto do presidente Getúlio

---

<sup>2</sup> Sônia Virgínia Moreira se refere ao texto “Técnica e execução do radiojornalismo”, de autoria de Herón Domingues.

Vargas, “portanto o texto escrito também funcionou como controle da informação” (BAUMWORCEL In DEL BIANCO & MOREIRA, 2001, p. 111).

### **2.3 A reformulação: mudanças diante da chegada da TV**

Apesar do sucesso do Repórter Esso, o rádio sofreu um baque a partir dos anos 1950. Com a chegada da televisão ao Brasil, o rádio começou a registrar quedas significativas de audiência. O veículo perdeu artistas, profissionais e poder com a transferência de verbas publicitárias para a TV. Segundo Moreira, com o advento da televisão, o rádio passou a precisar de reformulações.

Como já não podia contar com um público cativo (agora fascinado pela possibilidade de — além de ouvir — ver as estrelas que identificava apenas pela voz), o veículo de sucesso dos anos anteriores passou a procurar outras formas de identidade com o ouvinte. Ali começava a ser delineada a presente função do rádio: a de “companheiro” de qualquer cidadão (MOREIRA, 1991, p. 36).

A alternativa às emissoras de rádio para reconquistar audiência foi apostar no radiojornalismo. Como afirma Jung (2004), para recuperar prestígio e competir com a televisão era preciso colocar o repórter na rua para que ele pudesse transmitir ao ouvinte o fato no momento exato de seu acontecimento. Além dos noticiários, as emissoras precisaram apostar na cobertura esportiva, na prestação de serviços e na música gravada.

Uma novidade implementada na Rádio Continental do Rio de Janeiro sinalizou a chegada de mudanças no radiojornalismo do período dos jornais falados. Já no final da década de 1950, Carlos Palut criou as reportagens externas, que contribuíram para a consolidação de um radiojornalismo de caráter nacional. Klöckner e Bragança (2001) afirmam que a reportagem volante se institucionalizou a partir da experiência dos Comandos Continental, na emissora Continental do Rio de Janeiro. Sônia Moreira cita o radialista Mauro de Felice que, por sua vez, descreve o funcionamento da novidade.

[...] operadores e rádio-repórteres saíam juntos para as tarefas, e a primeira providência era a instalação de microfones nos locais onde se realizariam as solenidades. Os telefones tinham de ser *matados* (expressão que significa bloquear os aparelhos de telefone, cujas linhas são utilizadas nas transmissões diretas). Como naquele tempo os aparelhos de gravação eram muito pesados, precisavam ser levados por vários funcionários. Muito trabalho tinha de ser gravado. Carlos Palut levantava os assuntos, realizava as gravações e posteriormente eles eram

levados ao ar, no *Jornal de Reportagem* (FELICE apud MOREIRA, 1991, p. 30).

Com ajuda das reportagens externas, os noticiários da Rádio Continental faziam forte concorrência ao Repórter Esso, uma vez que destacavam as notícias locais e nacionais, enquanto o Esso privilegiava o noticiário internacional.

Ainda no fim da década de 50, a Rádio JB lança o serviço de utilidade pública, semelhante a uma sessão de achados e perdidos dos jornais impressos. Já nos anos 60, a emissora dedicou mais espaço à programação jornalística, desenvolvendo um dos mais conceituados departamentos de jornalismo do país, que se destacou sobretudo no período da ditadura militar brasileira. A rádio, assim como o Jornal do Brasil, desenvolveu um trabalho que buscava transgredir as imposições da censura que à época era feita aos meios de comunicação. Segundo o jornalista João Batista de Abreu, que no período trabalhou nos dois veículos, não havia auto-censura na Rádio JB.

É importante ressaltar que tanto o JB quanto a Rádio JB nunca fizeram auto-censura na reportagem. Por exemplo, uma bomba explode em determinado lugar e nesse local são encontrados panfletos de uma organização anarquista. Devido à ditadura, já se sabia que esse fato não ia sair e o chefe de reportagem não mandava cobrir. Neste aspecto, a equipe da Rádio JB foi agraciada com a liderança de profissionais como Clóvis Paiva, Antônio Chrisóstomo e Ana Maria Machado, que não se deixavam intimidar e mandavam cobrir tudo o que acontecia. Era como se houvesse uma “resistência branca”. Apesar da censura, a gente sempre buscava uma forma de tentar cobrir e de botar no ar. Uma manifestação em favor da anistia, por exemplo, seria proibida pela polícia. Com isso, haveria caminhão da PM na rua, muita gente, engarrafamento. E aí, o que a gente fazia? Noticiava o engarrafamento<sup>3</sup>.

Nessa fase, a eletrônica foi uma grande aliada do rádio: o gravador magnético, o transistor, a frequência modulada e as unidades móveis de transmissão contribuíram para o renascimento do veículo e do radiojornalismo. O gravador magnético trouxe ao rádio mais versatilidade e agilidade, além de ter possibilitado a introdução das sonoras<sup>4</sup>, que fizeram com que os textos escritos fossem absorvendo gradualmente marcas da oralidade na reprodução da linguagem coloquial.

A sonora representou uma reviravolta na história do rádio. Foi tão

---

<sup>3</sup> Entrevista concedida à editora EdUFF em 2007, disponível em <http://www.editora.uff.br/entrevistas/5-imprensa-x-censura-a-luta-armada-das-palavras.html>.

<sup>4</sup> Trechos de entrevistas gravadas.

importante para o veículo quanto a fotografia para o jornal. A gravação ou a transmissão ao vivo é mais que uma ilustração sonora, é a própria materialidade da informação em um meio que se faz por uma oralidade aparente. [...] A introdução do som ambiente no radiojornalismo através das sonoras contribuiu para a criação da imagem mental, permitindo ao ouvinte acompanhar o fato como se o estivesse presenciando, se envolvendo emocionalmente, apesar da distância física do acontecimento. A notícia ganhou vida, diversidade de sons e passou a não depender só da entonação do locutor no estúdio (BAUMWORCEL in DEL BIANCO & MOREIRA, 2001, p. 111).

A modificação na linguagem radiojornalística possibilitada pelas sonoras foi além da pluralidade de vozes. Com o auxílio do gravador magnético, os profissionais de rádio puderam também, por meio da seleção e colagem de trechos da entrevista, adaptar o discurso do outro de acordo com o enfoque da matéria. A síntese na emissão pode então ser maior, já que trechos indesejáveis poderiam ser cortados da sonora.

O transistor, por sua vez, simplificou e melhorou a qualidade das transmissões radiofônicas, além de tornar mais individualizado o ato de ouvir. O rádio ganhou em mobilidade, uma vez que não precisava mais estar ligado a tomadas elétricas, e pode acompanhar, literalmente, o ouvinte.

Ainda nesse período, a frequência modulada (FM) começou a ser explorada no Brasil. As primeiras experiências com FM foram feitas, porém, muitos anos antes, em 1940, nos Estados Unidos e se consolidou por lá na década de 1960. No Brasil, em 2 de dezembro de 1970, os Diários e Emissoras Associados inauguraram a Rádio Difusora FM, em São Paulo — uma das pioneiras no país em frequência modulada com sinal aberto e programação definida. Segundo Mansur, porém, a primeira emissora em FM no Rio de Janeiro data de muitos anos antes. Em 1955, a Rádio Imprensa já vendia sua programação em frequência modulada para estabelecimentos comerciais, como supermercados. A Rádio Imprensa “possuía dois canais. Um comercial e o outro não-comercial, cuja programação de música funcional era vendida para lojas e escritórios” (MANSUR, 1984, p. 21).

De acordo com Ferraretto, o rádio FM nasceu voltado às classes mais ricas, priorizando na programação a chamada música ambiente, em detrimento dos extratos mais populares da sociedade. Segundo o autor, esta situação começou a mudar quando o grupo do Jornal do Brasil, no Rio de Janeiro, adquiriu a Jornal Fluminense FM, de Niterói e a rebatizou com o nome de Cidade FM. A nova rádio tinha o jovem como público alvo e conteúdo inspirado em modelos norte-americanos.

O rápido sucesso obtido pela emissora faz com que seu modelo seja copiado e adotado em vários pontos do país. Com uma qualidade de som superior à do rádio em amplitude modulada e um custo, por vezes, menor, as FMs ganham, a partir de então, espaço crescente, atraindo ouvintes e anunciantes (FERRARETTO in DEL BIANCO & MOREIRA, 2001, p. 51).

Jung acrescenta que o desenvolvimento do FM está associado à percepção política da época de que a frequência modulada poderia ser usada como estratégia para integrar e desenvolver o país. Jung cita o depoimento de Luiz Carlos Saroldi à BBC Brasil.

Os governos que se seguiram passaram a usar a concessão de estações FM como um instrumento de jogo político e com isso a faixa FM se ampliou rapidamente em meados da década de 70. Enquanto isso, o AM sofria um desgaste de imagem, passou a ser considerado uma coisa popular e, até mesmo, desestimulado pelo governo, porque se tornou uma espécie de perigoso veículo de comunicação. O FM, com seu alcance pequeno, seria de muito mais fácil manipulação, e de comportamento muito mais voltado ao entretenimento do que ao debate de temas políticos (SAROLDI apud JUNG, 2004, p. 38).

Diante da preferência pelas músicas, o jornalismo só ocupava na programação das FMs o espaço obrigatório determinado por lei. Ainda assim, não havia setores específicos de jornalismo, nem equipes de reportagens. As notícias eram apenas lidas e, muitas vezes, reproduzidas das emissoras AM. A primeira emissora a se dedicar exclusivamente ao jornalismo em frequência modulada foi a Rádio CBN que passou a reproduzir em FM a programação já feita em AM. Outras emissoras, sobretudo em São Paulo, se inspiraram na CBN e começaram a investir na ideia.

## **2.4 Da formação de redes via satélite ao rádio digital**

A partir de meados dos anos 1980, o mercado de radiodifusão sonora no Brasil passou por dois importantes processos: a segmentação da programação e a transmissão em rede via satélite. Segundo Ferraretto, segmentar a programação significou oferecer um serviço a um destinatário definido, com os anunciantes apropriados para esses ouvintes específicos. “Em qualquer emissora, levam-se em consideração, de modo genérico, aspectos demográficos e sócio-econômicos. No entanto, para segmentar procuram-se particularidades dentro destas características globais” (FERRARETTO in DEL BIANCO & MOREIRA, 2001, p. 52). O autor explica que a própria consolidação da frequência modulada trouxe uma divisão para o mercado de radiodifusão, pois enquanto o FM se

dedicava à programação musical, o AM caracterizava-se pelo espaço dedicado ao noticiário, ao serviço e à cobertura jornalística.

Nesse mesmo período, o rádio brasileiro viveu a era das redes via satélite. Segundo Jung, a Rádio Bandeirantes foi pioneira na exploração do sistema ao apresentar, em 1982, o programa Primeira Hora para 25 emissoras. A formação de redes nacionais foi impulsionada pelo lançamento de dois satélites, em 1985 e 1986, e pela criação do Radiosat - sistema de transmissão de rádio via satélite em estéreo e com áudio de alta qualidade -, em 1989, pela Embratel (JUNG, 2004, p.35). De acordo com Ferraretto, a formação das redes via satélite trouxe mudanças para a programação.

Em termos de programação, esta nova realidade leva, no âmbito das rádios em AM, à difusão de programas jornalísticos e coberturas esportivas em cadeia. Em paralelo, programas com a participação do ouvinte e voltados às classes C e D começam a ocupar espaços em FMs antes voltadas exclusivamente aos públicos jovem ou adulto das classes A e B (FERRARETTO in DEL BIANCO & MOREIRA, 2001, p. 54).

No jornalismo, entre as várias especializações, surgiram as rádios *all news*, com programação composta apenas por notícias, e as *talk news*, que englobam notícias, entrevistas, comentários. Segundo Ortriwano, “na prática, os modelos teóricos não se apresentam em suas formas puras, mesclando-se em diferentes composições: *news*, *talk*, *all news*, *all talk* e outras mais que possam resultar da criatividade do *jeitinho brasileiro*” (ORTRIWANO, 2002-2003, p. 12).

Ainda de acordo com Ortriwano, a Rádio Jornal do Brasil foi a primeira emissora a adotar o sistema *all news* no país, em maio de 1980. Jung afirma, porém, que a programação da JB não era composta apenas por notícias, pois a rádio ainda utilizava o recurso de intercalar música entre os programas jornalísticos. “Seja como for, a Rádio JB, apoiada no jornalismo consagrado pelo Jornal do Brasil, investiu em uma programação dedicada quase que exclusivamente à notícia, em maio de 1980” (JUNG, 2004, p. 36).

A experiência da Rádio JB em *all news*, porém, durou apenas seis anos dada a falta de investimentos para montar uma equipe de profissionais maior e mais capacitada e equipar tecnicamente a emissora. Por sua vez, a Rádio Jovem Pan AM, em São Paulo, desde a década de 1960, já tinha o jornalismo como característica principal. Porém, a emissora nunca se posicionou como *all news*. A programação buscava o diálogo com o público, com serviços de meteorologia, condições do trânsito, ofertas de emprego e denúncias dos ouvintes. Em Porto Alegre, a Rádio Gaúcha AM também investiu no sistema

de notícias em tempo integral. Entretanto, embora a emissora não tocasse música, os programas eram no estilo *talk show*, priorizando mais o formato de entrevistas do que as reportagens.

Segundo Jung, a primeira emissora a introduzir no rádio brasileiro o sistema de jornalismo em tempo integral no conceito norte-americano foi a Central Brasileira de Notícias, a CBN, do Sistema Globo de Rádio. “Nos primeiros meses, a versão carioca da emissora ainda executava músicas em meio aos programas jornalísticos, enquanto a paulista aboliu a prática desde o início” (JUNG, 2004, p.37).

Já a partir dos anos 1990, o rádio ganhou contornos mais tecnológicos devido à substituição dos meios analógicos pela tecnologia digital e ao avanço da informatização e da Internet. No início da década de 90, os jornalistas ganharam um aliado na transmissão de notícias diretamente do local do acontecimento: o aparelho de telefone celular, que trouxe mais agilidade à cobertura diária e facilitou a realização de entrevistas ao vivo. Segundo Del Bianco (2004), essa tecnologia aumentou a velocidade e a instantaneidade na divulgação da informação. Enquanto anteriormente, o repórter precisava procurar um telefone público para passar a informação para a redação, com o celular o profissional ganhou a possibilidade de descrever o fato durante seu acontecimento, antecipando a informação em relação ao jornal e à televisão e reforçando a cultura do “ao vivo”.

Além do celular, o radiojornalismo também foi afetado pelo processo de digitalização dos aparelhos de áudio. O aparelho mini-disc, conhecido como MD, substituiu os aparelhos de reprodução de cartuchos de fita magnética, chamados de cartuchearas. De acordo com Del Bianco, o mini-disc ampliou a capacidade de armazenamento e edição dos registros sonoros. “O MD flexibilizou o processo de edição ao permitir mover, excluir, editar e combinar diferentes trechos de gravação num mesmo suporte tangível” (DEL BIANCO, 2004, p. 5).

Em meados da década de 90 e até os dias de hoje, o rádio ganhou muito com a informatização e com a Internet. De acordo com Jung, o rádio caiu na rede e é o veículo de comunicação que mais se beneficiou da web. “Aumentou o alcance e proporciona facilidades, à medida que o som 'baixa' em maior rapidez se comparado à imagem, além de não exigir a atenção do internauta que, enquanto ouve o programa, pode continuar navegando” (JUNG, 2004, p. 53). Segundo Ortriwano (2002-2003), a presença do rádio na web é bastante diversificada: há as rádios virtuais — produzidas especialmente para a Internet — e as rádios convencionais que utilizam a rede como suporte para as

transmissões cotidianas.

No rádio pela Internet, os arquivos de áudio podem ser disponibilizados para que o ouvinte tenha acesso posteriormente, enquanto nas transmissões comuns, o ouvinte não pode voltar a notícia para ouvir novamente. Outro dado curioso é que pela Internet, a programação radiofônica pode chegar onde o aparelho de rádio não pode sintonizar a emissora: até fora do Brasil, o ouvinte com acesso à web pode acompanhar o conteúdo de uma rádio carioca, por exemplo.

Ganha-se também em interatividade: enquanto o âncora apresenta o programa, o computador à sua frente recebe mensagens instantâneas com denúncias, queixas e comentários dos ouvintes. Como aponta Jung, “o entrevistado escorrega, e vem a crítica. O apresentador se engana, e a correção aparece. E assim, internauta ou ouvinte, conectado à Internet, transforma-se em protagonista” (JUNG, 2004, p. 55).

Mas além de trazer mudanças na relação com o ouvinte, a Internet também assume uma função no processo de produção da notícia, servindo como fonte de acesso e contato com fontes, agências de notícias e jornais online. Segundo Del Bianco, a Internet oferece ao jornalista uma orientação sobre o que é atual. “Quem chega à tarde para trabalhar, por exemplo, consegue saber exatamente que notícias foram destaques pela manhã numa rápida consulta aos sites de jornais e agências de notícias online” (DEL BIANCO, 2004, p.8). A Internet propicia ainda o recebimento e troca de informação de forma rápida e ágil. Resta agora ao jornalista o desafio de navegar no emaranhado de informações disponibilizadas pela rede, interpretá-las e checá-las em um curto espaço de tempo.

A mais recente novidade no meio radiofônico brasileiro que promete trazer mudanças ao radiojornalismo é a chegada do rádio em padrão digital. Na radiodifusão tradicional, a informação é transmitida por sinais analógicos. Já no rádio digital, os sinais de áudio são digitalizados antes de serem transmitidos. Com a tecnologia, as emissoras em AM vão ter qualidade de som semelhante ao FM, enquanto estas vão ter áudio com qualidade de CD. Além da qualidade do áudio, o padrão digital traz para o radiojornalismo a convergência multimídia. Os receptores de rádio digital já disponíveis têm um visor com informações adicionais como fotografias e imagens em movimento. O jornalista, portanto, além da informação sonora, vai produzir textos e imagens.

Diante da possibilidade de transmissão de dados e oferta de serviços especializados, o rádio não mais se caracterizará como um meio de comunicação exclusivamente sonoro. Boa parte de seu conteúdo também



poderá ser lido na tela do cristal líquido do aparelho receptor digital — portátil e multifuncional — ou em outras plataformas de mídias convergentes (DEL BIANCO, 2008, p. 2).

No Brasil, o Ministério das Comunicações publicou, em março deste ano, portaria em que cria o Sistema Brasileiro de Rádio Digital. Porém, o padrão tecnológico a ser adotado no país ainda não foi escolhido e é motivo de polêmica. Segundo Nélia Del Bianco, três formatos estão em discussão no mundo. São eles o sistema norte-americano IBOC (In-Band On Channel), o europeu Eureka 147 DAB (Digital Audio Broadcasting) e o japonês ISDB-Tn (Services Digital Broadcasting – Terrestre narrowband). Apesar de não escolher o sistema a ser adotado no Brasil, a portaria do Ministério das Comunicações determina apenas que esse padrão deve contemplar as transmissões em ondas médias e frequência modulada.

Todas essas mudanças e a incorporação de novas tecnologias não foram capazes, porém, de retirar do rádio a capacidade de construir uma relação com o público marcada pela afetividade e intimidade. Como afirma Carlos Eduardo Esch, o rádio permanece, desde a época de sua criação, como um veículo emotivo e sensitivo.

Seja através do microfone de última geração ou por intermédio da transmissão digital de impecável qualidade sonora, o que o meio continua oferecendo aos ouvintes é a possibilidade de que, ao sintonizarem as suas estações preferidas, encontram o calor humano, a simpatia, a atenção, a amizade, a companhia e a informação que procuram, em profissionais que vivem no mesmo espaço urbano, conhecem os mesmos problemas e situações que enfrentam os seus ouvintes e, por isso, podem falar sobre diversas questões com “conhecimento de causa” (ESCH in DEL BIANCO & MOREIRA, 2001, p.78).

### 3. CBN: A RÁDIO QUE TOCA NOTÍCIA

A partir dos anos 1980, a programação radiofônica brasileira passou por uma segmentação a qual está associado o aparecimento das emissoras *all news*, com transmissão exclusiva de notícias. O formato surgiu, no entanto, ainda na década de 60, nos Estados Unidos. Segundo Ortriwano (2002-2003), a primeira emissora *all news* de que se tem registro é a XTRA, de propriedade de Gordon McLendon, que transmitia para o México diretamente da Califórnia do Sul, nos EUA. McLendon adotou a programação especializada em notícias três anos depois também na WNUS, de Chicago. Em 1965, a WINS, de Nova Iorque, especializada em rock mudou para o segmento *all news*.

No Brasil, a Rádio Jornal do Brasil foi a primeira a se dedicar ao formato de notícias 24 horas por dia. Entretanto, a programação ainda era formada pela intercalação de música e notícias. A Rádio Gaúcha AM, de Porto Alegre, também priorizou o formato jornalístico. Porém, de acordo com Jung (2004), a emissora adotou o estilo *talk and news*, com muitas entrevistas e poucas reportagens. Segundo o autor, a primeira emissora brasileira a adotar o formato *all news* no conceito norte-americano foi a Central Brasileira de Notícias, a CBN.

No Rio de Janeiro, além da CBN, outra rádio a adotar uma programação exclusivamente jornalística é a Bandnews Fluminense, que já nasceu em FM em 2005. Assim como a CBN, a Bandnews assumiu a proposta de transmitir jornalismo 24 horas por dia, mas com um enfoque diferente. O objetivo era atingir um público mais jovem, o que levou a uma aposta na transmissão de informações de forma ágil e dinâmica. Com o slogan “Em 20 minutos, tudo pode mudar”, a rádio trouxe concorrência para a CBN Rio, já que a emissora do Sistema Globo de Rádio era a única a adotar o formato *all news* no estado do Rio de Janeiro.

Cabe ressaltar, porém, que há atualmente uma diversificação de gêneros e formatos na programação da Rádio CBN, que vai além da transmissão exclusiva de notícias. Segundo a definição de Ortriwano, a emissora pode ser considerada *talk and news* — estrutura que engloba notícias, entrevistas e comentários.

Na prática, os modelos teóricos não se apresentam em suas formas puras, mesclando-se em diferentes composições: *news*, *talk*, *all news*, *all talk* e outras mais que possam resultar da criatividade do jeitinho brasileiro. Essas propostas ganham espaço a partir dos anos 90 apesar de terem surgido no rádio norte-americano, geralmente em emissoras FM, no

início dos anos 60 (ORTRIWANO, 2002-2003, p.77).

Para analisarmos o atual posicionamento da emissora diante das mudanças trazidas ao radiojornalismo pela influência da Internet, precisamos, portanto, compreender o surgimento e desenvolvimento da CBN. É fundamental, entretanto, entender primeiramente as características do rádio como meio de comunicação e a relação destas com a estrutura da notícia radiofônica.

### **3.1 A estrutura da informação no rádio**

O rádio é um poderoso meio de comunicação, capaz de levar informação aos recantos mais distantes, sem exigir do receptor um conhecimento específico para decodificação da mensagem. O veículo tem uma função informativa relevante, sobretudo junto àqueles que não sabem ler, uma vez que valoriza a linguagem oral. Entretanto, esse papel informativo também se estende às pessoas alfabetizadas, mas que não querem ou não tem tempo de ler. Segundo Emílio Prado, “este papel torna-se ainda mais importante nas sociedades mais desenvolvidas, nas quais a organização do tempo obriga aos buscadores de informação a procurá-la no rádio, o que lhes permite realizar outras ações simultaneamente” (PRADO, 1989, p. 29).

Para Ortriwano, o poder do rádio se reflete também no alcance de audiência do veículo, favorecido sobretudo pelo baixo custo dos aparelhos receptores.

Entre os meios de comunicação de massa, o rádio é, sem dúvida, o mais popular e o de maior alcance público, não só no Brasil como em todo o mundo, constituindo-se, muitas vezes, no único a levar a informação para populações de vastas regiões que não têm acesso a outros meio, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais (ORTRIWANO, 1985, p.78).

Apesar de não ter a credibilidade da imagem, o rádio ganha uma característica única em função da falta de percepção visual: a capacidade de sugestionar o ouvinte. Por meio da imagem acústica, a audiência é levada a criar mentalmente uma imagem visual. Ao mexer com o imaginário do ouvinte, o veículo cria uma proximidade com a audiência e um sentido de participação. De acordo com Nélia Del Bianco, “ao produzir imagens auditivas, o rádio cria um ambiente totalmente inclusivo e absorvente que propicia às pessoas um mundo particular em meio às multidões. Alarga o sentido da ambição e as faculdades humanas, tornando-se uma extensão do sistema nervoso central” (DEL

BIANCO, 2005, p.2).

Na definição de Marshall McLuhan, o rádio é um “meio quente”, pois prolonga em “alta definição” um único sentido humano. Ou seja, para receber a mensagem a audiência precisa apenas ouvir. Além disso, o rádio é um meio envolvente, que justamente por não proporcionar ao público o privilégio da imagem, cativa a audiência e se torna o companheiro de todas as horas. Segundo Fernando Mansur Barbosa, “as pessoas parecem não poder prescindir do 'calor' do rádio, de sua atenção, de sua companhia; querem ouvir uma voz amiga, próxima, ainda que não conheça seu emissor pessoalmente. Isso fica por conta da imaginação do ouvinte” (Barbosa, 2004, p.64).

O veículo tem ainda outras características, como simultaneidade, mobilidade, rapidez, instantaneidade e condicionamento temporal, que têm papel determinante na estrutura da notícia radiofônica. Para ser considerada eficaz, a notícia para o rádio deve atender alguns requisitos. Dentre eles, destacam-se a clareza, a simplicidade, a linearidade e a brevidade.

A clareza no texto para rádio é fundamental, pois a mensagem se dissipa no ar logo depois de ser emitida e o ouvinte tem apenas uma chance para entender o que está sendo dito. Portanto, devido a não permanência das mensagens radiofônicas, o texto deve ser redigido de forma que o ouvinte possa compreendê-lo de imediato. A redação do texto deve, pois, seguir algumas regras, como o uso da ordem direta (sujeito + verbo + predicado), a preferência por frases curtas, a atenção ao efeito sonoro de rimas e palavras com a mesma terminação. É comum também o uso de barras para marcar o final das frases. Na nota a seguir, produzida na CBN Rio no dia 20 de setembro, vemos algumas das regras citadas.

Quatro ônibus se envolveram em um acidente na avenida Rodrigues Alves, na pista em direção à Avenida Brasil, na altura do Armazém Cinco.// Cerca de 15 pessoas ficaram feridas e foram levadas por bombeiros para os hospitais Souza Aguiar, Geral de Bonsucesso e Getúlio Vargas.// Apesar do acidente, a Cet-Rio informa que o trânsito não está apresentando dificuldades nesse trecho.//<sup>5</sup>

Segundo Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima, a clareza deve se estender também à locução. “A clareza que buscamos ao redigir um bom texto deve estar presente na fala. Não é um belo timbre de voz que prende a atenção ao ouvinte, mas a naturalidade,

---

<sup>5</sup> Informação disponível nos arquivos de texto da Rádio CBN Rio.

a simplicidade e a pronúncia correta das palavras” (BARBEIRO & LIMA, 2003, p. 97). Conforme o Manual de Radiojornalismo da Jovem Pan, elaborado por Maria Elisa Porchat, o locutor deve ler o texto com naturalidade, como se estivesse falando, e articulando bem as palavras. É importante também que o locutor alterne o ritmo da leitura, produzindo uma locução dinâmica, e mostre respeito pela informação que transmite.

O jornalista Franklin Martins, por sua vez, alerta que a fala é a essência do rádio e relembra suas primeiras experiências com o radiojornalismo.

Aprendemos a falar antes de aprender a escrever ou a produzir imagens. De todas as formas de comunicação desenvolvidas pelo homem, a fala é a mais natural. Por isso mesmo, quanto mais solta, direta e informal for a relação com o ouvinte, melhor. Assim, quando nas minhas primeiras semanas de CBN, em vez de bater um papo sobre o assunto do dia, optava por ler textos escritos – e, é bom lembrar, textos escritos para serem lidos no jornal, e não para serem ouvidos em casa, no carro ou no trabalho –, estava jogando fora uma das armas mais importantes do rádio: a espontaneidade (MARTINS in TAVARES & FARIA, 2006, p. 42).

A redação da notícia de rádio é influenciada ainda pelo condicionamento temporal a que está sujeita a mensagem. A decodificação desta pode ser feita apenas no presente. Portanto, para aumentar a durabilidade da notícia, expressões como “ontem”, “hoje” e “amanhã” devem ser substituídas por “nesta sexta-feira”, por exemplo.

Outra marca característica do rádio e que se reflete na estrutura da informação radiofônica é o imediatismo. O repórter pode, por meio de um telefone celular, entrar em contato com a emissora da rua e transmitir ao ouvinte informações sobre um fato no momento exato em que ocorre. O imediatismo, por sua vez, lembra que o importante é transmitir a informação com rapidez, “podendo deixar os dados explicativos e os complementos para edições posteriores dentro do mesmo dia” (PRADO, 1989, p. 48).

Ao acompanharmos as rotinas de produção da Rádio CBN Rio, podemos notar que é essa a lógica exata do radiojornalismo praticado na emissora. Para dar informações com rapidez, o repórter responsável pela apuração checa informações e, muitas vezes, entra no ar sem todos os dados da notícia. Nem sempre as seis perguntas do *lead* — o que?; quem?; como?; onde?; quando?; por que? — são respondidas já na primeira entrada do repórter, como na nota abaixo, redigida em 13 de setembro.

Um incêndio atinge um navio ancorado no Pier Mauá, na Zona Portuária do Rio.// Três embarcações do Grupamento Marítimo de Botafogo foram deslocados para combater as chamas.// Pelo menos 15 homens estão no

local.// Ainda não há informações sobre feridos.//<sup>6</sup>

Na nota, o repórter não menciona informações sobre as causas do incêndio, nem oferece com exatidão os dados sobre a existência de feridos. Porém, as informações podem chegar ao ouvinte momentos depois, quando o apurador tem tempo para levantar todos os detalhes e entra no ar com uma nota mais completa. Além disso, o chefe de reportagem alertado pelo apurador pode enviar ao local de ocorrência do fato outro repórter e este, por sua vez, poderá fechar uma matéria com mais informações. No caso da nota acima, uma repórter foi mandada à Zona Portuária, onde pode ver o acontecimento e falar com personagens e autoridades, e ao voltar à redação pode redigir uma matéria com mais informação.

Rapidez, instantaneidade e imediatismo são características essenciais da informação radiofônica, que almeja sempre cumprir o papel de fornecer a primeira notícia. Entretanto, de acordo com Emílio Prado, o rádio pode cumprir um papel além do informativo. “Além de transmitir o mais rapidamente possível os acontecimentos atuais, pode aumentar a compreensão pública através da *explicação e análise*” (PRADO, 1989, p. 28). O aprofundamento da notícia surge por meio da reportagem, da entrevista, dos debates e comentários de especialistas — formatos presentes na Rádio CBN, como afirma Mariza Tavares.

São 24 horas de notícias que os repórteres trazem em suas apurações, complementadas por entrevistas que os âncoras fazem com especialistas e pelas análises dos comentaristas, que interpretam os fatos e apontam seus desdobramentos. Com base nesse tripé — reportagens, entrevistas e análises dos comentaristas —, a notícia deixa de ser apenas um dado perdido na montanha de informações com que o usuário é bombardeado para se tornar realmente uma ferramenta de entendimento e decisão (TAVARES in TAVARES & FARIA, 2006, p. 25).

Para analisarmos a relação entre a Internet e a produção da notícia, nosso estudo se atém ao caráter informativo do rádio, sobretudo ao aspecto da instantaneidade. Portanto, vamos observar apenas as notas produzidas pela apuração e pelos redatores, e que não passam pelo editor antes de ir ao ar. Ou seja, direcionamos nossa atenção àquelas notícias que vão ao ar logo depois de serem apuradas. Eventualmente, essas notas podem se transformar em matérias mais aprofundadas. Porém, não vamos analisar os critérios que

---

<sup>6</sup> Informação disponível nos arquivos de texto da Rádio CBN Rio.

levam a esse aprofundamento.

Mais adiante, vamos analisar a relação do rádio com a Internet. Entretanto, como nosso estudo de caso é a Rádio CBN Rio de Janeiro, cabe compreender mais detalhadamente a história, a programação e o público da rede CBN.

### 3.2 A Rádio CBN

A CBN, Central Brasileira de Notícias, nasceu como resultado das observações do então diretor do Sistema Globo de Rádio<sup>7</sup> e vice-presidente das Organizações Globo, José Roberto Marinho. O jornalista conta que, diante da presença marcante no radiojornalismo paulista de emissoras como a Jovem Pam AM e Eldorado AM, se ressentia da ausência de formatos semelhantes no Rio de Janeiro. “Embora a Rádio Jornal do Brasil fosse uma referência, não era uma emissora jornalística de serviço — era até mais intelectualizada, com grandes programas de entrevista”, afirma Marinho (2006).

De acordo com o vice-diretor das Organizações Globo, a principal inspiração para a CBN foi a rede norte-americana de televisão CNN. Na adaptação para o rádio, as influências vieram das também norte-americanas emissoras ABC e CBS. A Rádio ABC explorava o conceito de rede: produzia conteúdo nacional e internacional para as afiliadas que, por sua vez, editavam material local. Já a Rádio CBS apresentava conteúdo jornalístico direcionado para as informações da cidade.

Achei mais interessante optar por um *mix*: usar o modelo da CBS, de conteúdo local e prestação de serviço, mas já acrescentando o conceito de rede, como operava a ABC — só assim ganharíamos em escala sem perder a proximidade com o ouvinte. A fórmula se provou correta, já que a CBN acabou se tornando o produto mais rentável do SGR (MARINHO in TAVARES & FARIA, 2006, p.7).

Assim, em 1º de outubro de 1991, foi ao ar no Rio de Janeiro e em São Paulo, respectivamente nos lugares das rádios Eldorado e Excelsior, a Central Brasileira de Notícias. Hoje, a CBN tem uma rede formada por quatro emissoras próprias — Belo Horizonte e Brasília, além de Rio e São Paulo — e 25 afiliadas distribuídas pelas cinco regiões do país.

Com o *slogan* “A rádio que toca notícia”, a CBN transmite notícias e serviço 24 horas por dia. Porém, a música já esteve presente na programação da emissora. Segundo

---

<sup>7</sup> O Sistema Globo de Rádio, SGR, foi criado em 1974 pelas Organizações Globo que centralizou diversas emissoras adquiridas desde os anos de 1940.

Jorge Guilherme, diretor de jornalismo da CBN na época em que a rádio foi criada, a emissora transmitia conteúdo musical. “Tive de fazer concessões e uma delas foi que houvesse os tais 'bolsões musicais', que deveriam conter informação. Evidentemente que não era o ideal, já que todos nós brigávamos por uma rádio *all news*” (GUILHERME in TAVARES & FARIA, 2006, p. 50). Mas os “bolsões musicais” duraram apenas uma semana, a primeira em que a CBN foi ao ar.

Desde então, apenas trechos de músicas são utilizados quando as notícias demandam um complemento, e a prioridade da CBN é a notícia — local, nacional ou internacional — acompanhada pela prestação de serviços. Segundo Mariza Tavares, atual diretora de jornalismo da rede CBN, o conceito de radiojornalismo praticado na emissora pode ser resumido à informação correta, isenta, com espaço para a pluralidade e análise crítica. “Parece óbvio ter esse objetivo, que deveria ser compartilhado por todos os veículos de comunicação, mas trata-se de um diferencial que, ao longo dos anos, entronizou a CBN num nicho que lhe garantiu o reconhecimento do público e dificultou que esse modelo fosse copiado”, explica Tavares (2006).

Porém, ainda segundo Tavares, durante os primeiros anos de funcionamento, a CBN parecia ser um projeto com tendência ao fracasso. A emissora tinha baixo retorno de audiência e pouco apoio publicitário. Tavares afirma que a credibilidade da CBN, no entanto, foi sendo construída conforme ficava mais claro o compromisso editorial da emissora.

Direcionada aos ouvintes das classes A e B acima de trinta anos e economicamente ativos, a maior preocupação da CBN era ser uma emissora plural, que desse espaço para as diversas vozes da sociedade. Esse compromisso editorial pavimentou a credibilidade da emissora e a CBN criou um público fiel de formadores de opinião, uma vez que conceitos como isenção e pluralidade eram coisas praticamente inéditas para o rádio, na época. Como desdobramento, ganhou também anunciantes qualificados (TAVARES in TAVARES & FARIA, 2006, p. 23).

Segundo pesquisa IBOPE<sup>8</sup>, a audiência da rede CBN é, em maioria, masculina e da classe A e B. Os dados do levantamento, feito entre junho e agosto de 2010, apontam que 61% do público nas quatro praças é do sexo masculino e 39%, feminino. Além disso, 74% dos ouvintes pertencem às classes A e B, 23% são da classe C e apenas 3% das classes D e

---

<sup>8</sup> Pesquisa IBOPE Radio recall – Easy media, disponível em <http://www.sgr.com.br/web/midiakit/con-midia-kit.aspx?RdId=1&MkId=82&Tipo=T>. Acesso em 18/09/2010.



E. A pesquisa divide ainda os ouvintes por faixa etária e revela que a audiência se concentra nas faixas de idade entre 40 e 49 anos, 50 e 59 anos e mais de 60 anos.

A programação da emissora é gerada basicamente de São Paulo<sup>9</sup>, já que a ancoragem no Rio de Janeiro é feita apenas no intervalo entre meia-noite e seis horas da manhã, horário em que vão ao ar os programas CBN Madrugada e CBN Primeiras Notícias. A grade de programação é composta ainda pelo Jornal da CBN entre 6h e 9h30. Ancorado pelo jornalista Heródoto Barbeiro, o noticiário é considerado o carro-chefe da emissora, já que ocupa o horário de prestígio do rádio. O programa jornalístico é preenchido por notícias, entrevistas e comentários. Das 9h30 ao meio-dia, cada praça gera um programa local. No Rio de Janeiro, vai ao ar o CBN Rio apresentado por Lucia Hippolito, com a participação de Maurício Martins. Entre 12h e 14h, vai ao ar o CBN Brasil, apresentado por Carlos Alberto Sardenberg, e com perfil mais voltado à economia.

Já o CBN Total ocupa o espaço entre 14h e 17h com um formato “revistizado”, priorizando, na apresentação de Adalberto Pioto, informações sobre saúde e comportamento. Em seguida, até as 19h, é a vez do Jornal da CBN Segunda Edição — nas sextas-feiras, excepcionalmente, o noticiário termina uma hora mais cedo, às 18h, sendo a faixa de horário entre 18h e 19h ocupada pelo programa Fim de Expediente. O Jornal da CBN Segunda Edição é apresentado por Roberto Nonato e resume os assuntos mais relevantes do dia.

Das 20h às 21h, Juca Kfoury apresenta o CBN Esporte Clube. Das 21h às 24h, vai ao ar o CBN Noite Total, com foco em cultura. A programação sofre variações em dias de jogos de futebol, quando há a Jornada Esportiva, e nos finais de semana, quando são apresentados outros programas: Caminhos Alternativos, Revista CBN, Show da Notícia, Fato em Foco, Sala de Música, Notícia em Foco, CBN Esportes e No Divã do Gikovate.

A cada meia hora, com exceção da madrugada, é feita uma pausa na programação para a apresentação do Repórter CBN, uma síntese noticiosa composta por cinco notas com informações nacionais e internacionais. Durante a programação em rede, há inserções de noticiário local, o que ocorre durante os *breaks*. Pela manhã, os *breaks* são de cinco minutos. À tarde e à noite passam para três minutos, chegando a um minuto durante a madrugada.

Nos intervalos locais do Rio de Janeiro são apresentadas notas de serviço redigidas pelo apresentador do *break*. Essas notas, em geral, abordam prestação de serviços públicos

---

<sup>9</sup> Por ser a geradora de quase toda a programação, a CBN São Paulo é chamada cabeça de rede.

e resultados de ações do governo divulgados em notas oficiais, mas podem conter ainda informações colhidas pelos redatores em jornais e agências de notícias. O apurador também contribui para o desenvolvimento dos *breaks*, entrando no ar com informações sobre a situação do trânsito, além de notícias da cidade e do estado, em sua maioria sobre acidentes, incêndios e ocorrências policiais.

As notas apresentadas nos *breaks*, que entram direto no ar, sem passar pelo crivo do editor, são nosso objeto para analisar a influência da Internet na produção radiojornalística. Por meio de tais notas vamos observar se o *gillete press* feito nos primeiros anos do radiojornalismo se mantém nos dias de hoje e se houve alguma adequação desse mecanismo para um “copia” e “cola” da Internet.

#### 4. A ANÁLISE

A adoção de novas tecnologias de informação traz para o ambiente comunicacional uma discussão sobre a reconfiguração do fazer jornalístico. A história do jornalismo no Brasil mostra que as ferramentas digitais contribuem para reorganizar o exercício da profissão. No caso específico do radiojornalismo, já vimos que, no início dos anos 1950, a introdução do gravador magnético, por exemplo, reformulou a prática do jornalismo radiofônico. Os profissionais ganharam o poder de gravar e editar a fala de seus entrevistados, reestruturando a produção da notícia. Já no final da década de 50, quando Carlos Palut deu início à prática de reportagens externas, os repórteres saíam às ruas com a companhia de operadores de áudio e munidos de grandes e pesados equipamentos.

Em lugar do pequeno gravador ou celular que cabem no bolso da calça, havia enormes aparelhos que precisavam ser carregados por mais de um funcionário. A voz do repórter chegava aos transmissores por linha telefônica, nem sempre disponível nos lugares em que estava a notícia (JUNG, 2004, p.31).

Nas redações de radiojornalismo, é comum ouvir repórteres mais experientes relatarem que a alternativa para entrar em contato com a emissora era se posicionar próximo a um telefone público. A cobertura diária dos acontecimentos ganhou mais agilidade apenas muitos anos depois, quando na década de 1990, os jornalistas tiveram acesso ao aparelho de telefone celular. Também nos anos 90, o advento da informática agilizou e trouxe mais qualidade ao processo de redação, correção e atualização dos textos. Segundo profissionais que acompanharam a criação da Rádio CBN, a redação do Rio de Janeiro já nasceu informatizada e o uso da Internet se tornou comum pouco depois entre 1992 e 1993.

Ao substituir as antigas máquinas de escrever, os computadores trouxeram modernidade para as redações de jornalismo. A informatização agilizou a digitação de textos e tornou a visualização destes mais adequada à leitura feita pelos locutores. Além disso, todo arquivo de texto produzido pela equipe de jornalismo pode ser arquivado, facilitando pesquisas para pautas futuras. Programas de informática permitiram, ainda, calcular automaticamente o tempo da notícia, o que tornou mais fácil o trabalho de editores e produtores, assim como do próprio repórter que passou a ter controle sobre o tamanho da reportagem.

Em viagens, quando o repórter precisa gerar matérias fora da emissora, é possível, por meio de um notebook, escrever o texto, escolher as sonoras, gravar a matéria e enviar para a redação o conteúdo já todo editado. Milton Jung lembra também as facilidades introduzidas pela informática ao trabalho do âncora.

O apresentador lê as laudas — por força do hábito, porque estas também deixam de existir — direto da tela, onde encontra textos produzidos pela redação, cabeças de reportagens redigidas pelo editor ou pelo repórter, além do acesso às agências de notícias, portais de conteúdo e toda sorte de material disponível na internet (JUNG, 2004, p.54).

Mais do que a informática, a Internet trouxe contribuições relevantes ao jornalismo, facilitando o contato com as fontes e o armazenamento de informações. Conforme afirma Manuel Castells, a Internet propiciou a formação de redes de informação.

A Internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a Internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana (CASTELLS, 2003, p.7).

Pierre Lévy, por sua vez, afirma que a tecnologia carrega em si valores e cultura, uma vez que é uma criação humana. Porém, para o estudioso, ela não é capaz de determinar uma práxis social. Para Lévy, a tecnologia apenas condiciona mudanças. “Uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas. E digo condicionada, não determinada. Essa diferença é fundamental” (LÉVY, 1999, p.25). Assim como Pierre Lévy, Manuel Castells afirma que a inovação tecnológica condiciona os modos de viver e pensar da sociedade. Castells acrescenta, entretanto, que a relação entre a tecnologia e a sociedade constitui-se em uma via de mão dupla. Ou seja, as inovações tecnológicas condicionam mudanças no modo de vida dos homens, ao mesmo tempo em que estes também moldam a tecnologia, conforme os usos e aplicações que fazem dela.

Sob essa perspectiva, consideramos em nossa análise que o usuário das novas ferramentas digitais a adaptam de acordo com suas necessidades. Em nosso estudo, tentamos compreender a relação estabelecida entre a Internet e o radiojornalismo, observando como os profissionais de rádio se apropriam da rede virtual em sua rotina de produção de notícias.

De acordo com Nélia Del Bianco, pela Internet, o jornalista tem acesso a diversas fontes de informação e conteúdo. O desafio que se coloca, pois, ao profissional é navegar pela rede virtual e obter, em um curto período de tempo, conteúdo que seja confiável. A partir da observação prática da rotina de produção da Rádio CBN Rio, acompanhamos, em dois momentos, como os profissionais de rádio utilizam a Internet para acessar diferentes fontes de informação.

Começaremos nossa análise pela observação dos intervalos locais que vão ao ar no horário da manhã, entre 6h e 9h30, período em que é apresentado para a rede de emissoras o programa de maior audiência da rádio CBN, o Jornal da CBN Primeira Edição. Em seguida, direcionamos nosso estudo para o programa CBN Rio. Tanto nos intervalos locais, quanto no noticiário do Rio de Janeiro, verificamos as notas lidas pelo apresentador, buscando identificar a origem das mesmas. Além disso, observamos a frequência com que são lidas mensagens enviadas pelos ouvintes. Por fim, acompanhamos a produção de notícias na apuração da Rádio CBN Rio e observamos como o repórter encarregado da função de apurador chegou a tais notícias.

#### **4.1 Intervalos e CBN Rio**

Como já dissemos anteriormente, a programação de rede da Rádio CBN é gerada basicamente de São Paulo. Durante tal programação, cada praça produz noticiário local que vai ao ar nos intervalos da rede — esses intervalos são conhecidos na redação como *breaks*. Como nossa pesquisa se restringe à Rádio CBN Rio, observamos a produção dos *breaks* durante cinco dias, entre 18 e 22 de outubro. Optamos pelos intervalos da manhã, entre 6h e 9h30, período que vai ao ar o Jornal da CBN Primeira Edição — programa de maior audiência da emissora. Após 9h30 e até meio-dia, cada praça gera um programa local, no caso o CBN Rio, com notícias e entrevistas relacionadas à cidade e ao estado do Rio de Janeiro. Excluímos de nossa análise os finais de semana porque durante estes a programação varia e os *breaks* são menores.

O primeiro *break* da manhã vai ao ar por volta de 6h10 e tem duração de dez minutos, enquanto os demais duram cinco minutos. Durante este intervalo, além de comerciais, o ouvinte tem informações sobre trânsito, clima, aeroportos e transporte — evidenciando a função de prestação de serviço adotada pelo rádio. Como esse primeiro *break* é maior, cabem ainda reportagens locais consolidadas na madrugada ou no dia anterior, bem como matérias de esporte. O locutor noticiário conduz a apresentação de

tais informações e também lê notas. Ao abrir o primeiro *break*, o locutor lê ainda manchetes do dia, que são repetidas no *break* que vai ao ar às 7h20, aproximadamente.

No capítulo 2, ao acompanharmos uma breve história do radiojornalismo brasileiro, vimos que a leitura de manchetes dos principais jornais do dia foi uma prática inaugurada por Edgard Roquette-Pinto no Jornal da Manhã, uma das primeiras experiências jornalísticas em rádio no Brasil. Assim como Roquette-Pinto, outros locutores seguiam a tendência de ler reportagens diretamente dos jornais, sem atentar para a adequação da notícia ao meio radiofônico.

Sem qualquer tipo de elaboração, as notícias eram lidas diretamente do jornal, dando origem a todo um anedotário próprio: o locutor, distraído, lê para o ouvinte a notícia que termina com um infalível “...continua na página x”, ou então “... como se pode ver na foto ao lado”, etc. Tentando evitar os riscos que esse procedimento representava e solucionar o problema, “passou-se a utilizar o recurso de recortar as notícias dos jornais e ordená-las de forma mais coerente e lógica, facilitando a leitura. De forma pejorativa, este procedimento ficou conhecido como *gillette-press* ou *tesoura-press*” (ORTRIWANO, 2002-2003, p.70).

Em nossa pesquisa de campo, observamos que as manchetes do dia lidas pelo locutor noticiaria da Rádio CBN são extraídas das páginas on-line de jornais como O Globo, O Dia e Extra, os principais do estado do Rio de Janeiro. Como afirma Ortriwano, o *gillette-press* permanece presente na rotina de produção das emissoras, porém “com roupagem nova: *gillette-press virtual*, resultado de *copy* e *paste* obtidos em sites da Internet” (2002-2003). A autora indica, portanto, uma prática de “copiar” e “colar” informações extraídas da rede virtual.

Enquanto está no estúdio, o locutor noticiaria passa todo o tempo conectado à Internet. Além das versões on-line dos principais jornais, são consultadas páginas virtuais de informação como G1, UOL e Terra, e também o *site* da própria emissora CBN. Para checar os assuntos mais comentados do dia, o jornalista visualiza ainda o Twitter<sup>10</sup> e *blogs* de outros jornalistas. Por fim, para oferecer aos ouvintes o serviço de meteorologia, o locutor acessa frequentemente também páginas com previsão do tempo do Rio de Janeiro e São Paulo. No estúdio, o profissional tem acesso ainda a diversos jornais impressos e à televisão, que fica ligada a maior parte do tempo na rede de notícias Globonews.

Durante os *breaks*, o locutor noticiaria também lê notas que se encontram na pasta

---

<sup>10</sup> Serviço de microblogging criado em 2006, permite que os usuários exponham informações, *links* e comentários em até 140 caracteres. Os dados publicados são acompanhados pelos seguidos do usuário.

redatores do *software* que armazena todo texto jornalístico produzido na emissora. No período analisado, o próprio locutor noticiarista redigiu as notas lidas, mas ocasionalmente o profissional pode ler também material redigido por colegas de trabalho.

Nos cinco dias observados, foram produzidas 147 notas pela manhã — em média 29 por dia. Todas foram extraídas da Internet. Para facilitar a visualização, apresentamos os dados na tabela a seguir.

	O Globo on-line	O Dia on-line	G1	Extra on-line	Releases	Total
Segunda-feira	2	18	3	-	4	27
Terça-feira	16	7	3	3	4	33
Quarta-feira	18	8	-	-	5	31
Quinta-feira	18	-	2	-	4	24
Sexta-feira	16	3	4	-	9	32
Total	<b>70</b>	<b>36</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>26</b>	<b>147</b>

Notamos que o *site* do qual é retirada a maior quantidade de notas é o do jornal O Globo — 70 notas no período avaliado. As demais fontes são o *site* do jornal O Dia, 36 notas; *releases* recebidos por e-mail, 26 notas; o *site* de informação G1, 12 notas; e o *site* do jornal Extra, 3 notas.

Cabe notar que dentre as fontes utilizadas para a extração de notas, quatro pertencem ao mesmo grupo de comunicação. O Globo, G1 e Extra são produtos das Organizações Globo, grupo ao qual pertence também a Rádio CBN. Constatamos, portanto, que há pouco espaço para outras fontes, o que contribui para a homogeneização de um mesmo discurso orientado pela política editorial das Organizações Globo.

Embora os *releases* recebidos por e-mail sejam ainda a terceira principal fonte de notícias consultada pelo locutor noticiarista, nota-se que com a Internet os jornalistas passam a buscar informações na *web*. Assim como afirma Del Bianco, “com a Internet, os jornalistas abandonaram a posição passiva de ficarem à espera de despachos e informes de agências de notícias e *releases* para assumirem a postura 'ativa' na recolha de assuntos no ambiente on-line” (2001, p.8). Baseados nos critérios definidos pela política editorial da emissora, os profissionais recolhem notícias atuais e de interesse público na Internet.

Nos *breaks*, a busca é orientada sobretudo pelo caráter de localidade da notícia. Ou seja, priorizam-se as informações sobre o Rio de Janeiro. O locutor noticiarista, que também é o redator das notas, usa o serviço Google Reader que reúne os principais *feeds*

de noticiários (RSS – *Really Simple Syndication*). De acordo com Aguiar (2009), o sistema RSS possibilita ao internauta criar um sistema de busca e seleção de notícias de diferentes fontes informativas. Diante das diversas opções que a Internet oferece, o usuário seleciona e individualiza o conteúdo de acordo com seus interesses.

Quanto à estrutura linguística das notas, percebemos que elas, em geral, tratam-se do *lead* das reportagens selecionadas pelo redator na Internet. Isto é, prioriza-se a primeira e principal parte da notícia, deixando de lado os detalhes, uma vez que as notas são curtas — com tempo médio de 30 a 40 segundos. O redator não atenta para a adequação da linguagem apesar da mudança de veículo em que a notícia é divulgada. O mesmo texto que é publicado na Internet é lido, sem mudanças, pelo locutor noticiarista do rádio. No entanto, o locutor não cita a fonte de onde a notícia foi extraída.

Segundo Del Bianco, a rede virtual traz aos jornalistas a noção de liberdade sobre a informação.

Segue-se assim um dos valores culturais da Internet: o que está na rede não é de ninguém. Esse sentimento está presente no processo de produção da notícia, especialmente no radiojornalismo onde a informação que jorra na tela do computador é a base para a composição de boa parte dos noticiários (DEL BIANCO, 2001, p.7).

Observamos, portanto, que a busca pela notícia na Internet é imprescindível durante os *breaks*. O jornalista Maurício Martins, que foi o locutor noticiarista no período analisado, confirma que a *web* não é mais apenas uma fonte de apoio durante a busca de informações. “A internet hoje pra mim é umas das principais fontes. Mesmo estando na rua, posso saber o que acontece pelo próprio Twitter. Um exemplo de hoje mesmo: na rua, recebi um aviso no meu Twitter que Romeu Tuma tinha morrido. A fonte era confiável, no caso, o jornal O Globo”<sup>11</sup>, afirma Martins.

Notamos, então, que durante o processo de geração de notas para os *breaks*, são consultados *sites* noticiosos considerados de confiança. A informação coletada de tais *sites*, porém, não é checada com outras fontes. De acordo com Del Bianco, “o trabalho do jornalista não é apenas ler o material para se informar e constituir seu próprio relato dos acontecimentos. A leitura é confundida com a busca de notícia pronta. Obter o material de divulgação, acabou por se converter num fim em si mesmo” (2001, p.8).

Quando o locutor noticiarista se depara com uma informação na Internet que seja

---

<sup>11</sup> Maurício Martins é jornalista da Rádio CBN e concedeu esta entrevista a autora, em 26 de outubro de 2010.



de grande repercussão, entra em contato com o repórter que está na função de apurador para avisá-lo. O locutor pode ainda checar a gaveta apuração no *software* onde os textos jornalísticos são processados para ter acesso às notícias que estão sendo produzidas na própria Rádio CBN. Entretanto, o locutor não lê no ar tais notícias para não prejudicar o trabalho do apurador. Caso o locutor leia o material da apuração, o apurador pode ficar sem conteúdo para entrar no ar quando solicitado.

O último *break* da manhã vai ao ar por volta de 9h05. Isso ocorre porque a partir de 9h30 e até o meio-dia, cada praça produz um programa local, que é o maior espaço na programação para o debate de temas relacionados à cidade e ao estado. O programa local do Rio de Janeiro é o CBN Rio, apresentado por Lúcia Hippollito com a participação de Maurício Martins. Durante o CBN Rio são apresentadas reportagens consolidadas no dia anterior e na madrugada. Além disso, há entrevistas e entradas de repórteres ao vivo, além da apresentação de quadros fixos como “CBN Sabores”, “Saúde em foco” e “O que vai pelo Rio”.

Na apresentação, Lúcia Hippollito não lê notas de informação. Estas são ocasionalmente lidas por Maurício Martins e seguem a mesma lógica das notas apresentadas nos *breaks*: consistem em conteúdo extraído diretamente da Internet, sem adequação na linguagem e citação da fonte.

No CBN Rio, notamos uma presença mais forte da Internet na relação com o público. Lúcia Hippollito lê por programa uma média de 30 e-mails. De acordo com Barbeiro e Lima (2003), o e-mail substitui com vantagem o telefone em termos de interatividade com o ouvinte.

O e-mail é instantâneo, faz com que o ouvinte resuma os pontos mais importantes de sua comunicação, pode ser facilmente armazenado, encaminhado para outras áreas da redação, como pauta, apuração, chefia de reportagem, direção ou até mesmo para outro âncora (BARBEIRO & LIMA, 2003, p.46).

Jung, por sua vez, afirma que a Internet auxilia o rádio a fortalecer a relação com o público.

O âncora apresenta o programa diante do correio eletrônico, aberto às mensagens e interferências dos ouvintes, quase que imediatas. A entrevista mal começa e já chega a primeira pergunta feita pelo ouvinte. O entrevistado escorrega, e vem a crítica. O apresentador se engana, e a correção aparece. E assim, internauta ou ouvinte, conectado à internet, transforma-se em protagonista (JUNG, 2004, p. 55).

Maurício Martins, por sua vez, acompanha uma quantidade de 100 a 150 mensagens enviadas pelos ouvintes no Twitter — são lidas cerca de 20 por dia no programa e também nos *breaks* — e de dez mensagens no Facebook — ferramenta virtual adotada recentemente pela rádio. As mensagens enviadas pelos ouvintes contêm dicas de trânsito, problemas nos bairros, comentários, perguntas, elogios e críticas.

## 4.2 A apuração

Na seção anterior, conferimos como a antiga prática de *gillette-press* se repete em uma redação de radiojornalismo. O procedimento, porém, se reveste de uma nova roupagem, uma vez que temos o *gillette-press* virtual que surge a partir do momento em que os profissionais de rádio coletam na Internet informações já prontas para divulgar aos ouvintes. Notamos que a rede virtual está presente como fonte principal para busca de informações na rotina do locutor noticiário, que também exerce a função de redator. Constatamos ainda que, apesar do profissional ter acesso aos principais jornais do dia e à televisão, o foco de atenção na busca por notícias está na Internet.

Nessa parte do estudo, vamos analisar como a rede virtual está presente no processo de produção de notícias no meio radiofônico. Para isso, acompanhamos a rotina produtiva da sala de apuração da Rádio CBN. Escolhemos acompanhar o trabalho feito pela apuração, pois é nesse espaço da redação que muitas notícias nascem.

Os apuradores, também chamados de escutas, são o braço direito (quem sabe até os dois!) do chefe de reportagem. São jornalistas que checam periodicamente com polícia, bombeiros, órgãos que gerenciam o tráfego de veículos, concessionárias de rodovias, ministérios públicos e uma dezena de outras fontes se alguma coisa está fora de ordem na cidade. O apurador é sempre o primeiro a ficar sabendo sobre um acidente em uma via importante, o incêndio de um prédio, o congestionamento em uma estrada [...] (STAMILLO in TAVARES & FARIA, 2006, p.57).

Nosso estudo de campo na sala de apuração da Rádio CBN Rio foi feito durante cinco dias do mês de setembro, na parte da tarde, entre 13h e 20h. O horário foi escolhido considerando-se que no turno vespertino há um rodízio diário de profissionais na função de apurador, enquanto no período da manhã, uma única profissional exerce a função durante todos os dias do mês.

Observamos que o apurador trabalha sempre conectado à Internet. As páginas

virtuais mais acessadas são as dos jornais O Globo, O Dia e Extra. O profissional também visualiza com frequência os *sites* de órgãos públicos, como o Ministério Público Federal e o Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Notamos ainda que o apurador acessa o Twitter da Cet-Rio — a Companhia de Engenharia de Tráfego do Rio de Janeiro — para ter informações sobre as condições de tráfego na cidade, o que é necessário para a produção de boletins de trânsito.

Na sala de apuração, o profissional tem acesso ainda a uma televisão e a diversos aparelhos de telefones por meio dos quais entra em contato com fontes, como policiais e bombeiros, para fazer a chamada ronda da apuração. Também por meio dos telefones, o apurador recebe ligações com denúncias de ouvintes. Um dado curioso é que o profissional não acompanha o noticiário das rádios concorrentes.

Nos cinco dias analisados, constatamos que foram produzidas 31 notas, obtidas com diversas fontes, como vemos na tabela a seguir.

	Ronda	<i>Sites</i> de órgãos de justiça	Denúncias de ouvintes	Consultas na Internet	<i>Releases</i>	Total
Segunda-feira	1	2	1	1	1	6
Terça-feira	3	3	-	-	-	6
Quarta-feira	3	1	1	-	1	6
Quinta-feira	-	-	-	3	3	6
Sexta-feira	4	2	-	-	1	7
Total	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>31</b>

Notamos que 12 notas resultaram do trabalho de ronda com policiais e bombeiros. Sete notas foram extraídas de *sites* de órgãos públicos de Justiça. Outras seis notas resultaram de informações recebidas por *releases*. Apenas quatro notas foram produzidas após uma visualização prévia na Internet. Por fim, duas notas foram produzidas a partir de denúncias de ouvintes.

O estudo da origem dessas notas é fundamental para que compreendamos a influência da Internet no processo de noticiabilidade no radiojornalismo. Observando como a rede virtual está presente no espaço primário de produção da notícia — a apuração —, buscamos entender se a rede virtual pode trazer mudanças aos critérios que determinam o que é notícia no rádio.

Na definição de Nilson Lage temos que a notícia é “o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante, e este, de seu aspecto mais importante” (LAGE, 2001, p.54). Um acontecimento torna-se notícia a partir de critérios de noticiabilidade. Sabemos que esta equivale ao conjunto de critérios a partir dos quais é escolhida uma dada quantidade de notícias diante de uma infinidade de acontecimentos cotidianos. Segundo Wolf, noticiabilidade significa, portanto, “o conjunto de elementos por meio dos quais o aparato informativo controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimentos que servirão de base para a seleção das notícias” (WOLF, 2005, p.202).

Deste modo, ainda de acordo com Wolf, a noticiabilidade está relacionada “aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção” (WOLF, 2005, p. 196), de forma que a produção de notícias passe a ser planejada como uma rotina industrial, em que a empresa jornalística controla a quantidade e o tipo de acontecimentos que serão construídos como notícia.

A aplicação prática da noticiabilidade é representada pelos valores-notícia. A partir deles, os jornalistas definem quais acontecimentos são interessantes e relevantes para se tornarem notícias. Tais valores operam de modo complementar e estão presentes ao longo de todo processo de produção da notícia. Além disso, os valores-notícia tornam rotineira a seleção dos acontecimentos. “A seleção das notícias é um processo de decisão e de escolha, realizado rapidamente [...]. Os critérios devem ser aplicáveis de maneira fácil e rápida, de modo que as escolhas possam ser feitas sem muita reflexão” (GANS apud WOLF, 2005, p. 204).

Cabe ressaltar também que as escolhas feitas pelos jornalistas são influenciadas pelos valores e pela política da empresa de comunicação. Segundo Gisela Ortriwano, o conteúdo a ser veiculado é filtrado também conforme os interesses econômicos da empresa de comunicação.

A liberdade de criação – e de seleção da informação – é cerceada pela força dos objetivos dos grupos econômicos que, na maioria das vezes, também têm vinculações políticas, que determinam os padrões que os programas devem seguir para que esses grupos possam alcançar maior eficácia (ORTRIWANO, 1985, p.58).

Para atender a interesses corporativos, as redações são submetidas, portanto, a uma auto-censura que não apenas determina o que deve ser noticiado, mas ainda como a divulgação deve ser feita.

Assim, quando o jornalista vai realizar a seleção das notícias que a emissora apresentará a seu público, tem em vista que os critérios a serem adotados englobam filtros de de origens variadas, representados pelos pressupostos legais e pelos interesses político-econômicos a que a emissora está sujeita (ORTRIWANO, 1985, p. 108).

Notamos em nosso estudo de campo que os acontecimentos dos quais os jornalistas têm conhecimento quando fazem a ronda da apuração tornam-se notícia quando atendem aos valores-notícia de “relevância” e “proximidade”. O critério “relevância” compreende a capacidade de um acontecimento alterar a rotina cotidiana. Como as notas redigidas a partir da ronda são de origem policial, que envolvem casos de violência, elas atendem à lógica descrita por Aguiar: “quanto mais negativo nas suas consequências é um acontecimento, mais probabilidade tem de se transformar em notícia. [...] Um dos princípios fundamentais do jornalismo é que, quanto mais insólito ou mais sangrento é o espetáculo, maior é o valor-notícia” (AGUIAR, 2009, p.176). O valor-notícia “proximidade” está relacionado ao impacto da notícia sobre a população ouvinte. No caso, a proximidade é com a localidade, já que as notícias apuradas devem influenciar os interesses da sociedade.

As notas redigidas a partir da ronda predominam no trabalho da apuração. Para a produção das mesmas, não percebemos a utilização da Internet. Notamos, porém, que antes de entrar no ar com as informações apuradas, o profissional acessa páginas virtuais dos principais jornais on-line e *sites* de informação. O procedimento, segundo os apuradores, é feito para verificar o trabalho da concorrência e visualizar se os demais veículos já têm ou publicaram a informação que será levada em breve ao ar. Os apuradores afirmam ainda que, quando confrontados com informações novas ou diferentes nas páginas virtuais dos outros veículos, o procedimento adotado é fazer uma nova checagem com as fontes envolvidas.

Notamos que a Internet facilitou o diálogo com assessorias de imprensa e órgãos públicos de Justiça. O apurador monitora pela rede virtual notas oficiais publicadas em *sites* de órgãos como Ministério Público Federal e Procuradoria Geral da República, por exemplo. Nesse caso, o apurador não vê a necessidade de checar as informações com as fontes, uma vez que as páginas virtuais são oficiais.

Quanto às notas produzidas a partir de informações de *releases* e conteúdo disponibilizado por *sites* oficiais notamos a predominância do valor-notícia “notoriedade”, que está relacionado à hierarquia dos envolvidos no acontecimento. “A hierarquia

governamental é claramente visível e está definida em termos de autoridade, o que facilita a tarefa dos jornalistas nas avaliações de importância” (AGUIAR, 2009, p.173). Em relação a estas notas, percebemos também que os jornalistas fazem poucas adaptações no texto dos *releases* e das notas oficiais para a linguagem radiofônica, como vemos no exemplos a seguir. O primeiro texto é a nota redigida pelo apurador, enquanto o segundo é o conteúdo disponibilizado no site do Ministério Público Federal.

O Ministério Público Federal no Rio enviou uma recomendação à Polícia Rodoviária Federal para anular todas as multas aplicadas às caminhonetes que trafegaram com velocidades de 80 a 110 **quilômetros por hora** no trecho fluminense da Via Dutra entre **primeiro de dezembro de 2008 e 24 de novembro de 2009**.// As multas contrariam as resoluções do Conselho Nacional de Trânsito.// Segundo o Conselho, as caminhonetes deveriam ter sido classificadas como veículos leves, e não como demais veículos, cujos limites de velocidade são menores.// O procurador da República, Sérgio Luiz Pinel Dias, que atua no Ministério Público Federal em São João de Meriti, recomenda que, além da anulação das multas, a Polícia Rodoviária Federal abra o procedimento administrativo para a devolução de todas as multas pagas.// A Polícia Rodoviária terá um mês para informar ao Ministério Público Federal sobre as providências adotadas.// A recomendação é um instrumento usado pelo Ministério Público para defender direitos coletivos sem a necessidade de buscar uma saída judicial// (Rádio CBN<sup>12</sup>, 20/09/2010, grifo nosso).

O Ministério Público Federal (MPF) enviou recomendação à Polícia Rodoviária Federal (PRF) para anular todas as multas aplicadas às caminhonetes que trafegaram com velocidades de 80 a 110 km/h no trecho fluminense da Via Dutra entre 01/12/08 e 24/11/09. As multas contrariavam as resoluções do Conselho Nacional de Trânsito (Contran). Segundo o Conselho, as caminhonetes deveriam ter sido classificadas como “veículos leves”, e não como “demais veículos”, cujos limites de velocidade são menores.

O procurador da República Sérgio Luiz Pinel Dias, que atua no MPF em São João de Meriti, recomenda que, além da anulação das multas, a PRF abra o procedimento administrativo para a devolução de todas as multas pagas. A PRF terá um mês para informar ao MPF sobre as providências adotadas. A recomendação é um instrumento usado pelo MPF para defender direitos coletivos sem precisar de uma mediação na Justiça.<sup>13</sup>

Podemos notar que são feitas pequenas mudanças no texto, como a preferência por utilizar nomes completos no lugar das siglas. A estrutura básica do texto, contudo, permanece a mesma, o que levanta uma questão. Já que os dados do site do Ministério Público Federal estão disponíveis a qualquer pessoa que tiver acesso à Internet, outros

---

<sup>12</sup> Disponível em arquivos de texto da Rádio CBN.

<sup>13</sup> Disponível em [http://www.prrj.mpf.gov.br/noticias/noticia\\_corpo.php?idNoticia=829](http://www.prrj.mpf.gov.br/noticias/noticia_corpo.php?idNoticia=829) . Acesso em 05/10/2010.

veículos de comunicação de massa podem acessá-los e caso também não modifiquem a linguagem, teremos a reprodução de um mesmo discurso em diferentes mídias.

Quanto à utilização da Internet como fonte de busca de notícia, percebemos que apenas quatro notas em um universo de 30 foram redigidas após o apurador visualizar a notícia na rede virtual. Entretanto, notamos que antes de divulgá-las no ar, o profissional teve o cuidado de entrar em contato com as fontes para confirmar a veracidade e os detalhes das informações divulgadas nos outros veículos.

Notamos, portanto, que na seção de apuração da Rádio CBN Rio a rede virtual exerce pouca influência sobre os critérios de seleção de notícias. Apesar do apurador estar conectado à Internet durante todo o período de trabalho, são poucas as vezes em que as informações foram coletadas da *web*. Na tabela anterior, podemos perceber que tais consultas à Internet se concentram em um mesmo dia da semana. Neste dia, a apuração esteve sob a responsabilidade de um repórter mais jovem, enquanto nos outros dias a função foi exercida por profissionais mais experientes. Assim como afirma Silva, notamos que “jornalistas com mais experiência de apuração tradicional tendem a dar menos importância aos recursos da informática em seu trabalho” (SILVA, 2008, p.1). Já os profissionais mais jovens tendem a ser mais receptivos à nova ferramenta.

Ao analisarmos o conteúdo extraído da Internet pelos jornalistas, observamos que os profissionais tiveram o trabalho de checar as informações visualizadas com fontes oficiais, antes de veiculá-las. Em nenhum momento no período analisado, o jornalista entrou no ar com uma informação vista na Internet sem confirmá-la previamente.

É interessante notar que das quatro informações visualizadas previamente na Internet, três foram vistas no *site* O Globo on-line e uma no Twitter. Observamos que antes de noticiar as informações vistas no O Globo on-line, os profissionais checaram os dados com as fontes. Entretanto, em uma das notas, veiculada no dia 13 de setembro, o apurador praticamente repetiu o texto da informação on-line, fazendo poucas modificações. Abaixo, vemos, primeiramente, o texto publicado no site do jornal O Globo e, em seguida, o texto lido pelo apurador ao entrar no ar.

Um casal de namorados, de 16 anos, foi preso por policiais da 58ª Delegacia Polícia do Rio de Janeiro (Posse), **nesta segunda-feira**, acusado de homicídio. Eles mataram a avó da menina, Wangy Lobato Carbone, de 70 anos, a pauladas e facadas, para roubar **pouco mais de R\$ 1 mil reais**. O corpo da idosa foi encontrado em casa, na Estrada da

Divisa, em Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense (O Globo on-line<sup>14</sup>, 13/09/2010, grifo nosso).

Um casal de namorados foi preso por policiais da Delegacia da Posse **hoje** acusado de homicídio. Eles mataram a avó da menina, Wangy Lobato, de 70 anos, a pauladas e facadas, para roubar **cerca de mil reais**. O corpo da idosa foi encontrado em casa, na Estrada da Divisa, em Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense (Rádio CBN<sup>15</sup>, 13/09/2010, grifo nosso).

Notamos que na ânsia de noticiar rapidamente o conteúdo apurado e reduzir a defasagem para com o concorrente, o profissional optou por fazer pequenas modificações no texto antes de levar a notícia ao ar. Curiosamente, as mudanças mais significativas, grifadas em negrito, contradizem as regras dos manuais de radiojornalismo.

Como vimos no capítulo anterior, os manuais de radiojornalismo recomendam que para aumentar a durabilidade da notícia, expressões como “ontem”, “hoje” e “amanhã” não devem ser utilizadas. Ao compararmos o texto publicado na Internet e o conteúdo veiculado no rádio, notamos que o apurador prefere utilizar a expressão “hoje” no lugar de “nesta segunda-feira”. Percebemos, ainda, que apesar do rádio prezar por uma linguagem mais simples, o apurador escolhe utilizar a expressão “cerca de”, enquanto o jornalista do veículo on-line opta por uma expressão mais coloquial — “pouco mais de”.

Já a notícia extraída a partir do Twitter nos chama a atenção por dois aspectos. Primeiramente, o apurador viu uma informação pequena, já que o Twitter permite textos de no máximo 140 caracteres, em que um usuário alertava para uma forte fumaça preta na região portuária do Rio de Janeiro. Intrigado com a informação, o apurador consultou *sites* de notícia para verificar se concorrentes noticiavam incêndios naquela área da cidade. Além disso, o profissional entrou em contato com o Corpo de Bombeiros. A possibilidade de ocorrência de um incêndio despertou atenção do jornalista, pois o acontecimento atende a diversos valores-notícia, como “relevância” e “atualidade”. Confirmada a existência de um incêndio, o apurador entrou imediatamente no ar.

Notamos que a produção da notícia passou por um procedimento que Del Bianco (2001) chama de “dupla checagem”. O apurador fez a primeira checagem por telefone junto aos órgãos públicos e depois de confirmar a informação, levou a notícia ao ar. Em seguida, o apurador comunicou o chefe de reportagem que, por sua vez, enviou uma equipe de reportagem ao local para aprofundar a notícia.

---

<sup>14</sup> Disponível em <http://oglobo.globo.com/rio/mat/2010/09/13/neta-namorado-matam-avo-para-roubar-cerca-de-mil-reais-917617766.asp>. Acesso em 09/10/2010

<sup>15</sup> Disponível nos arquivos de texto da Rádio CBN.



Outro dado relevante é que somente duas notas se originaram de denúncias de ouvintes feitas por telefone. Na seção anterior, vimos que o locutor noticiarista recebe em média 30 e-mails de ouvintes por dia. Notamos, assim, a predominância da interatividade pela Internet que, segundo Aguiar, faz com que o público estabeleça “um diálogo com o jornalista e, desse modo, se julgue mais participativo no processo de produção jornalística” (AGUIAR, 2009, p. 168).

Para além da questão da influência da Internet na noticiabilidade, consideramos importante destacar que a rede virtual se destaca ainda no ambiente da redação por propiciar ao apurador a noção do que é atual. Como afirma Del Bianco (2001), quem chega para trabalhar na parte da tarde pode saber as notícias que foram destaque pela manhã a partir de uma consulta a *sites* de informação e páginas on-line de jornais. Como acompanhamos a rotina da apuração a partir de um horário de transição de turnos, notamos que a primeira ação do profissional que acaba de chegar à emissora é conectar-se à Internet e acessar conteúdo jornalístico. O apurador, em geral, acessa também o próprio *site* da Rádio CBN para verificar o que já foi noticiado pela emissora.

## 5. CONCLUSÃO

O progresso tecnológico, associado aos meios de comunicação, possibilita a difusão de informação e conteúdo em grande escala. Entretanto, além desse benefício, o avanço da tecnologia traz também desafios, sobretudo quanto à necessidade de reestruturar os pressupostos teóricos da comunicação. Portanto, é imprescindível que se discuta e repense cada prática comunicacional, observando as mudanças condicionadas pelas inovações tecnológicas, de forma a valorizar o potencial transformador destas. Como afirmam Pierre Lévy e Manuel Castells, consideramos que a tecnologia é capaz de condicionar mudanças na sociedade. No que concerne às práticas jornalísticas, podemos dizer que as inovações tecnológicas contribuem para remodelar as rotinas de produção do jornalismo.

Ao longo do presente trabalho, vimos que no radiojornalismo — que é nosso tema específico de pesquisa — os avanços tecnológicos e eletrônicos trouxeram mais facilidade ao trabalho jornalístico, contribuindo para o aprimoramento de características marcantes do rádio, como a agilidade e a mobilidade. Gravador magnético, transistor, telefone celular, computadores e *softwares* de edição de som são algumas das principais inovações tecnológicas que contribuíram de algum modo para a reorganização do jornalismo radiofônico. Da mesma forma, em um processo mais atual, a atividade jornalística se reconfigura diante da evolução da Internet.

Deste modo, nosso trabalho procurou analisar, por meio de pesquisa de campo, como a Internet está integrada à rotina de produção de uma redação de radiojornalismo, no caso a redação da Rádio CBN Rio. Notamos que a rede local está presente na estrutura organizativa da emissora, uma vez que os jornalistas trabalham com acesso a computadores e Internet. Assim, direcionamos nosso estudo para a influência da *web* no processo de seleção do que é notícia, considerando a hipótese de que os profissionais repetiriam com a rede virtual o mesmo processo de busca já travado com outros meios de comunicação, como a televisão e os jornais impressos.

Nossa pesquisa foi dividida em dois momentos e de cada um deles depreendemos diferentes conclusões acerca da influência da Internet. Primeiramente, observamos o uso da *web* nos intervalos locais no período da manhã, enquanto o Jornal da CBN Primeira Edição é transmitido para a rede de emissoras, e no programa CBN Rio. Nos *breaks*, observamos que a Internet tem um papel fundamental no trabalho dos jornalistas. O locutor noticiarista trabalha o tempo todo conectado à rede e por meio dela acessa as páginas on-

line dos principais jornais do Rio de Janeiro, além de *sites* jornalísticos. Apesar de ter à disposição conteúdo veiculado pela televisão e pelos jornais impressos, o profissional prioriza a informação extraída da Internet. Ao longo do período observado, notamos que as notas lidas pelo profissional foram todas selecionadas pela *web*.

Percebemos ainda que o próprio locutor noticiarista redige as notas lidas nos intervalos. Como dissemos anteriormente, tais notas são extraídas da Internet e notamos que o profissional não faz modificações na linguagem do texto e também não checa as informações com as fontes envolvidas. Vemos, portanto, a repetição de um procedimento que marcou os primeiros anos do radiojornalismo: o *gillette-press*, que consistia no recorte de notícias nos jornais impressos para leitura no rádio. Notamos que esse procedimento ganhou uma nova roupagem, transformando-se no *gillette-press* virtual, em que é feito um mecanismo de “copia” e “cola” da Internet. Observamos também que os fatos são selecionados levando em consideração a pertinência do assunto no noticiário local e a frequência com que ele aparece nas páginas on-line de agências de notícia e de jornais impressos. Na busca por notícia, o locutor noticiarista prioriza alguns *sites*, considerados confiáveis, e dentre eles predomina o *site* do jornal O Globo, que assim como a Rádio CBN, pertence às Organizações Globo. Cabe, então, ressaltar que ocorre a repetição do discurso de uma mesma empresa jornalística e a uniformização dos enfoques dados às notícias.

Já no programa CBN Rio, notamos que o apresentador não lê notas de informação, apesar de trabalhar com acesso à Internet. A relação com a *web* é mais forte, porém, no contato com os ouvintes, o que é feito por meio de e-mails e mensagens no Twitter. Esse contato virtual com o ouvinte também se repete nos intervalos locais.

Depois de verificarmos a presença da Internet nos intervalos e no programa CBN Rio, direcionamos nosso estudo para o acompanhamento do trabalho feito na sala de apuração da Rádio CBN. Observamos que o apurador trabalha conectado à Internet e acessa as páginas on-line dos jornais O Globo, O Dia e Extra. O jornalista também monitora os *sites* de órgãos públicos, além do Twitter da Companhia de Engenharia de Tráfego do Rio de Janeiro, de onde são extraídas informações de trânsito. O profissional tem acesso ainda a uma televisão e a diversos aparelhos de telefones por meio dos quais entra em contato com fontes e recebe denúncias de ouvintes.

A partir de nosso estudo, percebemos que na apuração a Internet é usada de forma diferente pelos profissionais, em comparação ao uso durante os intervalos locais. Notamos

que, apesar de estar conectado à Internet, são poucas as informações extraídas da *web* pelo apurador. Quando isso ocorre, o profissional submete a informação a um processo de checagem junto às fontes. No período analisado, não observamos a veiculação de conteúdo extraído na Internet sem checagem prévia, com exceção das informações consideradas oficiais obtidas a partir de *sites* de órgãos de justiça.

Portanto, nos limites deste trabalho monográfico, observamos que nos dois recortes feitos para nossa análise a Internet é usada de formas distintas. Nos intervalos locais, a *web* é imprescindível ao trabalho do jornalista, uma vez que a rede é a fonte principal, e podemos dizer única, na busca por notícias. Nesse ponto, comprovamos nossa hipótese de que os jornalistas repetem com a Internet a mesma relação de busca já estabelecida com outros meios de comunicação. Diante desse panorama, cabe ressaltar que o jornalista deve ficar atento para não permitir que a velocidade se sobreponha à qualidade. Mais do que informar em primeira mão, é preciso dar ao ouvinte informação correta. Caso contrário, o veículo corre o risco de perder um bem muito valioso a qualquer veículo de comunicação: a credibilidade.

Já na apuração, notamos que a rede virtual ainda exerce pouca influência na busca de notícias. Como nosso trabalho se limitou a avaliar o conteúdo veiculado imediatamente no rádio, priorizando a instantaneidade do meio, cabe em pesquisas futuras avaliar a influência da Internet no radiojornalismo de profundidade, verificando se a *web* é utilizada pelos profissionais em investigações e assuntos pouco valorizados no dia-a-dia do jornalismo.

Sendo assim, reiteramos que novas tecnologias como a Internet contribuem para agilizar as atividades radiojornalísticas, criando novas formas de organização e produção. É necessário destacar, entretanto, que a tecnologia auxilia o trabalho do jornalista, mas este profissional precisa ter cuidado para não incorrer no erro de se acomodar diante das facilidades proporcionadas pela *web*. As empresas de comunicação também devem ficar atentas para não caírem na tentação de reduzir as já pequenas equipes de trabalho em virtude da agilidade trazida pela Internet. Caso contrário, as vantagens inerentes ao uso da ferramenta são ofuscadas diante da sobrecarga imposta aos profissionais, o que, inevitavelmente, compromete a qualidade do trabalho jornalístico.

## 6. BIBLIOGRAFIA

AGUIAR, Leonel. “A validade dos critérios de noticiabilidade no jornalismo digital”. In: RODRIGUES, Carla (org). *Jornalismo on-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio; Editora Sulina: 2009.

ALMEIDA, Alda de. *Notícia não é salsicha – as novas tecnologias e o jornalismo nas rádios AM cariocas*. In: DEL BIANCO, Nélia R. & MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom, Rio de Janeiro: Uerj, 2001.

BARBEIRO, Heródoto. *O desafio da ancoragem*. In: TAVARES, Mariza. *Os ingredientes de uma receita que deu certo*. In: TAVARES, Mariza & FARIA, Giovanni (orgs.). *CBN, a rádio que toca notícia*. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2006.

\_\_\_\_\_. & LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de Radiojornalismo*. São Paulo: Campus, 2002.

BARBOSA, Fernando Antônio Mansur. *Rádio – um veículo subutilizado?...Conversando sobre aspectos da comunicação radiofônica no Rio de Janeiro*. Tese de doutorado em Comunicação e Cultura. ECO-UFRJ, 2004. Orientadora: Ilana Strozenberg.

BAUMWORCEL, Ana. *Radiojornalismo e sentido no novo milênio*. In: DEL BIANCO, Nélia R. & MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom, Rio de Janeiro: Uerj, 2001.

CALABRE, Lia. *A era do rádio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

\_\_\_\_\_. *Rotativas no ar: o radiojornalismo*. In: Revista ECO-PÓS, Rio de Janeiro, vol.8, n.2, agosto/dezembro 2005.

CARDOSO, Lenize Villaça. *Radiojornalismo na era digital: Internet como fonte de notícias na Rádio CBN – São Paulo*. 2004. Disponível em <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/16894/1/R1327-1.pdf>.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet – Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

DEL BIANCO, Nélia R. *E tudo vai mudar quando o digital chegar*. 2003. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-radio-digital.pdf>.

\_\_\_\_\_. *Remediação do radiojornalismo na era da informação*. 2004. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-remediacao-radiojornalismo-era-da-informacao.pdf>.

\_\_\_\_\_. *Noticiabilidade no rádio em tempos de internet*. 2005. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-noticiabilidade-radio-tempos-internet.pdf>

\_\_\_\_\_. *As forças do passado moldam o futuro*. 2008. Disponível em

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-forcas-moldam-o-futuro.pdf>.

\_\_\_\_\_. *A Internet como fator de mudança no jornalismo*. 2008.

Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>.

\_\_\_\_\_. & MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom, Rio de Janeiro: Uerj, 2001.

ESCH, Carlos Eduardo. *O futuro dos comunicadores e a reinvenção do rádio*. In: DEL BIANCO, Nélia R. & MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom, Rio de Janeiro: Uerj, 2001.

FERRARETO, Luiz Artur. *Rádio, o veículo, a história e a técnica*. Rio Grande do Sul: Sagra Luzzatto, 2000.

\_\_\_\_\_. *Tendências da programação radiofônica: as emissoras em amplitude modulada*. In: DEL BIANCO, Nélia R. & MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom, Rio de Janeiro: Uerj, 2001.

GUIMARÃES, Luiz Henrique Ferreira. *Rádios All News em FM no Rio de Janeiro*. Trabalho de conclusão de curso. ECO - UFRJ, 2009. Orientador: Gabriel Collares.

GURGEL, Priscila. *O radiojornalismo brasileiro: a notícia na Rádio Globo e na Rádio CBN*. Trabalho de conclusão de curso. ECO - UFRJ, 2007. Orientador: Ana Paula Goulart.

JUNG, Milton. *Jornalismo de Rádio*. São Paulo: Contexto, 2004.

KLÖCKNER, Luciano. 2001. *O Repórter Esso e Getúlio Vargas*. Disponível em <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17651/1/R1875-1.pdf>.

\_\_\_\_\_. & BRAGANÇA, Maria Alice. *Radiojornalismo de serviço: AM e FM em tempos de internet*. In: DEL BIANCO, Nélia R. & MOREIRA, Sônia Virgínia (org.). *Desafios do rádio no século XXI*. São Paulo: Intercom, Rio de Janeiro: Uerj, 2001.

LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*. São Paulo: Ática, 1985.

LÉVY, PIERRE. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MACHADO, Elias. *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>

MANSUR, Fernando. *No ar, o sucesso da Cidade – a que pegou todo mundo de surpresa*. Rio de Janeiro: Ed. JB, 1984.

MARINHO, José Roberto. *Rádio como exercício de cidadania*. In: TAVARES, Mariza. *Os ingredientes de uma receita que deu certo*. In: TAVARES, Mariza & FARIA, Giovanni (orgs.). *CBN, a rádio que toca notícia*. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2006.

MARTINS, Franklin. *A marca da agilidade*. In: TAVARES, Mariza & FARIA, Giovanni

(orgs.). *CBN, a rádio que toca notícia*. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2006.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.

MOREIRA, Sônia Virgínia. *O Rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio – Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.

\_\_\_\_\_. *Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história*. In: Revista da USP, São Paulo, n.56, dezembro/fevereiro 2002-2003.

PEREIRA JR, Alfredo Eurico Vizeu. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

PORCHAT, Maria Elisa. *Manual de Radiojornalismo Jovem Pan*. São Paulo: Atica. 1990.

PRADO, Emílio. *Estrutura da informação radiofônica*. São Paulo: Summus, 1989

SILVA, Marcelo Soares da. *O computador no jornalismo brasileiro*. 2008. Disponível em: <http://www.saladeprensa.org/art740.htm>.

STAMILLO, Leonardo. *Cobertura local 24 horas por dia*. In: TAVARES, Mariza. *Os ingredientes de uma receita que deu certo*. In: TAVARES, Mariza & FARIA, Giovanni (orgs.). *CBN, a rádio que toca notícia*. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2006.

TAVARES, Mariza. *Os ingredientes de uma receita que deu certo*. In: TAVARES, Mariza & FARIA, Giovanni (orgs.). *CBN, a rádio que toca notícia*. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2006.

WOLF, Mauro. *Teoria das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

#### Sites

<http://cbn.globoradio.globo.com/home/HOME.htm>

<http://www.sgr.com.br/web/midiakit/con-midia-kit.aspx?RdId=1&MkId=1&Tipo=T>

<http://oglobo.globo.com/rio/mat/2010/09/13/neta-namorado-matam-avo-para-roubar-cerca-de-mil-reais-917617766.asp>

<http://www.editora.uff.br/entrevistas/5-imprensa-x-censura-a-luta-armada-das-palavras.html>.

<http://www.bocc.ubi.pt>